



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

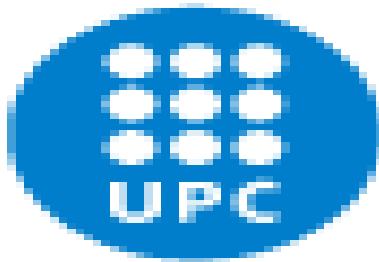
El perfil de la mujer emprendedora en la microempresa en el subsector alimentos

Delia Esperanza García Vences

ADVERTIMENT La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del repositori institucional UPCommons (<http://upcommons.upc.edu/tesis>) i el repositori cooperatiu TDX (<http://www.tdx.cat/>) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual **únicament per a usos privats** emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei UPCommons o TDX. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a UPCommons (*framing*). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del repositorio institucional UPCommons (<http://upcommons.upc.edu/tesis>) y el repositorio cooperativo TDR (<http://www.tdx.cat/?locale-attribute=es>) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual **únicamente para usos privados enmarcados** en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio UPCommons. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a UPCommons (*framing*). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the institutional repository UPCommons (<http://upcommons.upc.edu/tesis>) and the cooperative repository TDX (<http://www.tdx.cat/?locale-attribute=en>) has been authorized by the titular of the intellectual property rights **only for private uses** placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized neither its spreading nor availability from a site foreign to the UPCommons service. Introducing its content in a window or frame foreign to the UPCommons service is not authorized (*framing*). These rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.



**DOCTORADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

TESIS DOCTORAL

**“EL PERFIL DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN LA
MICROEMPRESA EN EL SUBSECTOR ALIMENTOS”**

DOCTORANDA:

DELIA ESPERANZA GARCÍA VENCES.

DIRECTORES:

ANASTASI PÉREZ PERAL.

JOSE M. CABRÉ GARCIA.

NOVIEMBRE DE 2016

“EL PERFIL DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN LA MICROEMPRESA EN EL SUBSECTOR ALIMENTOS”

INTRODUCCIÓN	5
---------------------	----------

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LA LITERATURA. ENFOQUE CONCEPTUAL Y TEÓRICO	9
--	----------

1. 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR Y SU CONTRIBUCION EN DIFERENTES TEORIAS	10
1.2. LA ESCUELA COMPORTAMENTAL Y EMPRENDIMIENTO FEMENINO	16
1. 3. ANALISIS BIBLIOMÉTRICO	19
1.4. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	21
1.5. HABILIDADES DE LOS EMPRENDEDORES	25
1.6. MOTIVOS QUE INFLUYEN PARA QUE LAS MUJERES EMPRENDAN UNA EMPRESA	28
1.7. EVIDENCIA EMPIRÍCA INTERNACIONAL	32

CAPÍTULO II

LA MICROEMPRESA DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO	38
--	-----------

2.1. ACTIVIDAD EMPRESARIAL FEMENINA EN MÉXICO	38
2.2. PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA MICROEMPRESA	48
2.3. RAZONES QUE IMPULSAN A LAS MUJERES A CONVERTIRSE EN MICROEMPRESARIAS	53
2.4. OBSTÁCULOS QUE ENFRENTAN LAS MICROEMPRESARIAS EN MÉXICO	56
2.5. PRINCIPALES RETOS QUE TIENEN QUE AFRONTAR LAS MICROEMPRESARIAS EN MÉXICO	59

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	63
3.1. DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO DE TOLUCA	63
3.2. METODOLOGÍA CUANTITATIVA	69
3.3. METODOLOGÍA PARA DETERMINAR LA MUESTRA	75
3.4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA MEDIANTE LA MUESTRA	80
3.5. EMPRENDIMIENTO FEMENINO	80
A) EL INDIVIDUO (LA EMPRENDEDOR/A)	80
B) EL ENTORNO (FACTORES EXTERNOS)	86
C) LA ORGANIZACIÓN (LA EMPRESA)	90
D) EL PROCESO (ACTIVIDADES PREVIAS AL INICIO DE LA EMPRESA)	97
3.6. CARACTERÍSTICAS, MOTIVACIONES Y HABILIDADES DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO	111
3.6.1. CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDIMIENTO	111
3.6.2. MOTIVACIÓN DE EMPRENDIMIENTO	115
3.6.2.1. FACTORES DE NECESIDAD	116
3.6.2.2. FACTORES DE OPORTUNIDAD	119
3.6.3. HABILIDADES DE EMPRENDIMIENTO	123
3.7. EMPRENDIMIENTO EXITOSO O NO EXITOSO	127
3.7.1. EMPRENDIMIENTO EXITOSO	127
3.7.2. EMPRENDIMIENTO NO EXITOSO	132
3.8. APOYO AL EMPRENDIMIENTO FEMENINO	137
3.9. EMPRESA - GÉNERO	141

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DEL MODELO Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	148
4.1. ASPECTOS IMPORTANTES DEL ANÁLISIS DISCRIMINANTE MÚLTIPLE	148
4.1.1 CONCEPTOS MATEMÁTICOS Y ESTADÍSTICOS	150
4.1.2 CÁLCULO DE PROBABILIDAD DE PERTENENCIA A UNA POBLACIÓN	154
4.1.3. INFERENCIA Y CÁLCULO EN EL ANÁLISIS DISCRIMINANTE	157
4.1.4 .MÉTODOS PARA LA SELECCIÓN DE VARIABLES	159
4.2. PLANTEAMIENTO DEL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE	160
4.3. DESARROLLO DEL MODELO A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DISCRIMINANTE DE LAS MUJERES QUE EMPRENDEN MICROEMPRESAS EN EL SUBSECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	161
4.3.1 CONSTRUCCIÓN DEL MODELO Z SCORE	161
4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	162
4.5. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	174
4.5.1. RESULTADOS DE LAS PRUEBAS DE HIPÓTESIS	174
4.5.2. EVIDENCIAS QUE INFLUYEN EN EL ÉXITO Y FRACASO DE LAS MICROEMPRESAS DIRIGIDAS POR MUJERES EN EL SUBSECTOR DE VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA	177

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES	181
5.1. DISCUSIÓN	181
5.2. LIMITACIONES	184
5.3. APORTACIONES DE LA TESIS	185

5.4. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	186
5.5. DOCUMENTOS PROBATORIOS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TEMA DE LA TESIS DOCTORAL	189
FUENTES CONSULTADAS	190
ANEXOS	211
ANEXO NO. 1. CUESTIONARIO	212
ANEXO NO. 2. ESTRUCTURA GENERAL DEL CUESTIONARIO	224
ANEXO NO. 3. DOCUMENTOS PROBATORIOS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TEMA DE LA TESIS DOCTORAL	234
ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS, MAPAS, TABLAS Y GRÁFICAS	257
LISTA DE ABREVIATURAS	261

INTRODUCCIÓN

La relación entre género y actividad empresarial ha presentado cambios fundamentales con respecto al emprendimiento de microempresas de mujeres debido a la importancia que representa en la economía. Lo que demuestra que cada día la mujer juega un papel fundamental en la actividad emprendedora y el perfil resulta determinante para iniciar una microempresa exitosa.

El estudio se centra en el Municipio de Toluca, Estado de México, y el objeto de estudio son mujeres que emprenden empresas en el subsector de venta de alimentos y bebidas lo cual, se encuentra estrechamente relacionado con el comercio y los servicios que son actividades que las mujeres prefieren, por la posibilidad de hacer compatibles el trabajo doméstico y la generación de ingresos, así como a la independencia y la flexibilidad en el horario. Generalmente de bajo riesgo, menor inversión de capital y crecimiento lento.

Esta tesis doctoral surge por el interés de investigar el tema de género y la actividad empresarial, fruto de la experiencia profesional, lo que me motiva a realizar esta investigación.

En esta investigación se pretende dar respuesta al siguiente cuestionamiento: ¿Cuáles son las características, habilidades o motivos, que llevan a la mujer a emprender una microempresa exitosa en el subsector de alimentos y bebidas?

En este contexto, el objetivo de esta investigación es identificar las características personales de las mujeres, relaciones familiares, así como la motivación y habilidades aplicadas a la tecnología, administración, organización, las finanzas, mercadotecnia, recursos humanos, obligaciones fiscales y legales, conocimientos mínimos para emprender una microempresa exitosa en subsector de venta de alimentos y bebidas.

En esta investigación se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis General:

Las características, habilidades o motivación, permiten conocer el perfil de las mujeres al emprender microempresas exitosas en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

Hipótesis Específicas:

H1s: Las características personales de la mujer influyen positivamente para llegar a ser una microempresaria exitosa.

H2s: La motivación de la mujer, influye positivamente para llegar a ser una microempresaria exitosa.

H3s: Las habilidades empresariales de la mujer, influyen positivamente para llegar a ser microempresaria exitosa.

Para contrastar las hipótesis se utiliza el modelo de Gathner (1985) que parte del marco teórico el cual, se fundamenta en la escuela comportamental que servirá para analizar el emprendimiento femenino, debido a que identifica, describe y explica los comportamientos de las empresarias.

A partir de la revisión del estado del arte se pudieron determinar las variables que responderán a los objetivos del modelo propuesto, se agruparon de acuerdo a un mismo factor a analizar repartidas en cinco secciones en donde se integran preguntas relacionadas con emprendimiento femenino, identificando aspectos sociodemográficos, características, habilidades y motivaciones de las empresarias, así como el emprendimiento exitoso o no exitoso y posesión de la microempresa. La información se obtuvo mediante la aplicación de cuestionarios en un periodo de seis meses, el método de investigación es de tipo transversal, utilizando metodología cuantitativa y el método deductivo. El diseño de la investigación se basa en el modelo multivariante discriminante lo que permitirá determinar el perfil deseable para emprender una microempresa exitosa en el subsector de venta de alimentos y bebidas, siendo una aportación importante en este trabajo doctoral.

Esta investigación parte de un caso práctico y contribuye a enriquecer la literatura existente de los trabajos empíricos de la actividad emprendedora de las mujeres, y específicamente sobre el perfil de las mujeres que emprenden microempresas en el subsector de venta de alimentos y bebidas para encontrar explicaciones de las microempresas que han alcanzado el éxito y pretendiendo ser un primer paso para contribuir al conocimiento del tema, debido a que el emprendimiento de las mujeres en la microempresa es un campo de estudio muy amplio y creciente, porque considero que es clave para asegurar el éxito de la microempresa por su trascendencia económica y social, siendo una aportación para ampliar los resultados que han sido investigados y para la realización de futuras investigaciones.

La Tesis Doctoral se encuentra estructurada de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: REVISIÓN DE LA LITERATURA. ENFOQUE CONCEPTUAL Y TEÓRICO

Se presenta la revisión de la literatura del emprendedor, el marco conceptual utilizado para el análisis del emprendimiento de mujeres y el marco teórico, así como el “Estado del Arte” de las investigaciones realizadas en el campo de emprendimiento sobre mujeres emprendedoras.

CAPÍTULO II: LA MICROEMPRESA DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Se dará a conocer el papel que ha tomado la mujer en torno a la microempresa, así como la importancia que representa la actividad empresarial femenina en México.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Se presentaran las características del lugar de estudio y se explicará la metodología que se utilizará para determinar el método adecuado y la muestra.

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DEL MODELO Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Presentación de los resultados empíricos de acuerdo a las técnicas propuestas relacionadas con la mujer emprendedora. Estadística descriptiva, análisis de varianza y análisis discriminante múltiple.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

Se presentaran los principales resultados y conclusiones de la investigación, estableciendo las limitaciones, aportaciones y futuras líneas de investigación.

La última parte de la investigación, presenta las fuentes consultadas, así como los anexos, que contienen información adicional que ayudaran a entender el estudio realizado.

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LA LITERATURA. ENFOQUE CONCEPTUAL Y TEÓRICO

En este capítulo se abordará el estudio conceptual y el modelo teórico del presente trabajo de grado para ello, es importante partir de la premisa de que el crecimiento del campo sobre actividad emprendedora (entrepreneurship) ha legitimado la investigación sobre el tema que se presenta.

Desde luego, no es un tema en el cual se tenga que iniciar desde cero, por el contrario, existen diferentes autores que se han dado a la tarea de investigar el tema y han hecho sus propuestas en torno al emprendimiento, y especialmente, de acuerdo a nuestro objeto de estudio, al que han realizado las mujeres; un aspecto de gran interés para el ámbito académico, político, económico y empresarial, pues representa una gran utilidad el hecho de conocer el perfil de las mujeres que deciden incursionar a esta actividad.

De allí la importancia de entender la categoría de género como parte constitutiva del ejercicio de la administración que conlleva una serie de relaciones entre sexo, el ejercicio del poder y la estructura de la organización.

Visto todo lo anterior, se construyó este capítulo para mostrar la conceptualización del emprendedor y su contribución en las diferentes teorías, partiendo de bases generales que nos permitan transitar hacia los esquemas de género propuestos, por lo cual, en un segundo apartado se determinará la escuela comportamental y el estudio del emprendimiento femenino, y siguiendo este esquema estudiaremos las características del emprendedor, sus habilidades y los motivos que influyen para que particularmente las mujeres emprendan una empresa, analizando la evidencia empírica internacional recolectada para tal efecto.

1.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR Y SU CONTRIBUCIÓN EN LAS DIFERENTES TEORÍAS.

El interés académico en torno a la actividad emprendedora crece día a día y tiene una estrecha relación desde punto de vista psicológico, social, económico, político y cultural. Podemos partir nuestro estudio desde un punto de coincidencia de los autores respecto a las raíces del vocablo “Emprendedor”, el cual se afirma que se deriva de la palabra “Entrepreneur”, que a su vez se origina del verbo francés: “Entreprendre”, que significa encargarse de, los emprendedores no son necesariamente capitalistas, administradores o inventores, ya que finalmente se trata de personas con una capacidad para “combinar” los factores de producción existentes y obtener mejores resultados de dicha forma de utilizarlos, es decir, de innovar. (Chan y Balam, 2011).

Sin embargo, más allá de su significado etimológico, diferentes autores en el desarrollo de sus teorías han incluido al emprendedor como un elemento importante en su fundamento teórico, González, et. al. (2008) se han encargado de definir el concepto de emprendedor y realizar contribuciones importantes en sus teorías, retomando a diferentes autores como a Richard Cantillón (1755) quien lo define como el hombre que toma el riesgo, Jaques Turgot (1766) lo considera como sumamente inteligente, Alfred Marshall (1890) establece que es el “trabajador superior”, haciendo hincapié en las capacidades de mando que debe mostrar, Haweley (1893) establece la importancia que tiene el emprendedor en el crecimiento económico de un país.

A principios del siglo XX, Joseph A. Shumpeter (1928) definió al emprendedor como una persona que tiene la idea de un negocio innovador y la hace potencialmente rentable.

El concepto de emprendedor se fue fortaleciendo y robusteciendo, por ejemplo, McClelland (1961) define al emprendedor como enérgico, moderado pero que a su vez capaz de asumir riesgos. Kirzner (1973) lo define como aquel que aprovecha las oportunidades de beneficio, Shapero (1985) afirma en sus teorías que el emprendedor toma la iniciativa y

organiza algunos mecanismos sociales y económicos, aceptando el riesgo de posibles pérdidas. De tal forma que ya para estos años el emprendedor se visualizó como una figura más allá de la conformación de un negocio, sino como un factor fundamental de la organización social y económica preponderante.

Stacey (1980) consideró que el emprendedor es una persona capaz de caer y levantarse con una nueva perspectiva de las cosas y con un nuevo aprendizaje que le permitirá mejorar su desempeño, de este concepto podemos inferir claramente que dentro del concepto de emprendedor, empiezan a aparecer rasgos fundamentales de la complejidad cotidiana de la actividad que realiza.

Hacia los años noventa, Finley (1990) describe al emprendedor como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocio, Harper (1991) lo identifica como una persona capaz de detectar oportunidades y con las habilidades necesarias para desarrollar a partir de ellas un nuevo concepto de negocio, Halloran (1992) señala que los emprendedores son individuos dispuestos a tomar el riesgo y asumir sus propias ganancias y sus propias pérdidas, Dyer (1993) identifica al emprendedor como la persona que tiene la habilidad para formar nuevas empresas, Mintziberg (1999) define el término como aquel que tiene la capacidad de iniciar y operar nuevas empresas. Desde luego que este concepto tomó una renovada fuerza en estos años, y se escribió mucho material al respecto, vale la pena hacer una mención especial a la incorporación de elementos relacionados nuevamente a la actividad diaria del emprendedor, y como va evolucionando constantemente, pues en esta época, se considera particularmente con gran valor el hecho de saber administrar los riesgos, corriendo aquellos necesarios, medidos y analizados, para alcanzar los objetivos trazados, de lo cual también podemos inferir que la planeación cobra mayor fuerza dentro de la labor principal de un emprendedor.

En el siglo XXI destacan las aportaciones de Duarte (2007), en donde considera que un emprendedor es la persona que busca e identifica una oportunidad de negocio, realizando una nueva propuesta de valor para los clientes, y crea o desarrolla un negocio asumiendo sus riesgos inherentes, Trujillo y Guzmán (2008), definen que el emprendedor

es quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación; para Rodríguez (2009), el emprendedor busca tomar decisiones para aprovechar oportunidades que existen en el entorno, con base en su pensamiento creativo e innovador para elaborar, mejorar y transformar productos y servicios, para sacarlos al mercado, decidiendo sobre sus especificaciones y características, para Toca (2010), el emprendedor es un individuo que hace ejercicio del juicio, componente que se relaciona con evaluación, estimación e inferencia de los eventos que ocurrirán y de las reacciones del decisor.

En la década en curso, Nwankwo y Akam (2011) consideraron que el emprendimiento es sustentado básicamente por la conducta, donde su valor es mejorado por la habilidad de la persona de ser flexible, pragmático y adaptarse, así como tener el pensamiento estratégico necesario para explorar oportunidades, Montiel *et al.* (2012) definen al emprendedor como un ser integral que requiere de saber manejar diversas emociones o factores para lograr sus metas planteadas y así coadyuvar a mejorar las posibilidades de éxito de un nuevo emprendedor en iniciar su empresa.

De acuerdo con Jaramillo *et.al.* (2012:46) “el concepto de emprendedor ayuda a entender los elementos que lo componen y facilita su operacionalización con fines de investigación empírica”. Sin embargo, también coinciden en que no existe un consenso sobre el concepto de emprendedor. Para Ferreiro, (2013:85), “un emprendedor es una o varias personas que quieren crear una empresa o la han constituido recientemente buscando satisfacer las necesidades del cliente a través de un servicio o producto, generando un derecho de cobro, gestionando para ello unos recursos (humanos financieros, materiales, etc.) que generan una obligación del pago y obteniendo un resultado empresarial”.

El emprendedor suele agruparse desde diferentes miradas, desde ejercicios de autoestima hasta planes de negocios, parece que todo es posible, se sabe tan poco, aún que cualquier intento bien intencionado parece suponer una aportación científica. (Mayoral, 2014:99)

Aunque no ha sido posible llegar a un consenso sobre la caracterización del individuo emprendedor, se ha reconocido que su perfil está compuesto por una serie de factores inherentes al ser y otros que se consideran más externos. “Es por esto que no se puede hablar de un emprendedor universal pues el entorno y la historia de cada quien influye altamente en su desarrollo y expectativas”. Marulanda, *et. al.* (2014:91)

“Las personas emprendedoras son capaces de crear, sacar adelante sus ideas, generar bienes y servicios, asumir riesgos y enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no solo "mirar" su entorno sino también "ver" y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores”. (Castiblanco, 2013:54-55)

“Las consecuencias que se derivan de las decisiones adoptadas por los emprendedores dependen, en gran medida, de las circunstancias en las que se toman dichas decisiones. Dicho de otro modo, una misma decisión puede tener consecuencias muy diferentes según las circunstancias del país en el que se adopte dicha decisión”. (Fuentelsaz y González, 2015:69)

“El concepto de emprendedor se ha abordado desde diferentes ámbitos del conocimiento como la economía, la sociología, la psicología, y la administración de empresas entre otros sin que exista un acuerdo del concepto y si mucha confusión por la proliferación de la literatura en este campo de estudio”. (Correa *et. al.*, 2011:43)

Ahora bien, es necesario realizar también un recuento sobre los diferentes tipos de emprendedor y como han evolucionado en el tiempo, Filion, 2002: 127, en su investigación refiere a “Collins, Moore y Unwalla (1964) y Collins y Moore (1970) quienes establecieron una distinción entre el “emprendedor administrativo” y el “emprendedor independiente”, Laufer (1974) sugirió cuatro tipos de emprendedor: el administrador o el innovador, el emprendedor-propietario orientado hacia el crecimiento, el emprendedor que rechaza el

crecimiento pero que busca la eficacia, y el emprendedor artesano. Glueck (1977) estableció una distinción entre tres tipos de trabajadores autónomos; el emprendedor, el propietario-dirigente de empresas, el dirigente de empresa familiar. Gasse (1978), para evaluar la ideología de negocios y administrativa, elaboró dos tipos de ideología empresarial: la del emprendedor artesano y la del emprendedor de negocios. A finales de los ochenta y principios de los noventa, Lafuente y Salas (1989) establecieron una tipología de nuevos emprendedores creadores de empresas en España, basada en sus aspiraciones en el trabajo y comprende cuatro tipos: artesano, orientado hacia el riesgo, orientado hacia la familia, administrativo. Miner (1990) mostró diferencias entre tres tipos: emprendedor, emprendedor centrado en un fuerte crecimiento y administrador”.

Y en los albores del siglo XXI, ante las diferentes corrientes de pensamiento y esta múltiple propuesta de conceptualización y clasificación, “(Filion, 2000a y d) aseguraba que era evidente que no existe una tipología lo suficientemente completa para poder clasificar a todos los emprendedores y a todos los propietarios-dirigentes”. (Filion, 2002: 217).

En última instancia, cada caso es único. De cualquier forma, el interés de una tipología consiste en comprender mejor los puntos de anclaje, el conjunto del sistema de valores y de pensamiento, y poder proporcionarse indicadores para comprender la coherencia global del comportamiento de un actor.

Es por todas estas razones y ante tales complejidades, definir al emprendedor constituye todo un reto, más aún si tenemos en consideración la gran variedad de visiones y concepciones a través de las cuales los expertos lo han intentado.

Al respecto, también es importante analizar que el emprendedor no solamente se debe definir bajo los elementos de lo que debe hacer, sino también considerando lo que debe aprender para poder hacerlo, pues es necesario tener capacidades pero también desarrollar otro tipo de fortalezas que permitan subsanar debilidades y cumplir con la tarea y los objetivos propuestos y trazados.

También debemos tomar en cuenta que no existe un consenso puntual respecto al uso de los vocablos lo que nos lleva a un aspecto indeterminado y esto se debe a que existen investigaciones que se refieren al “emprendedurismo”, otras al “emprendizaje”, al “emprendimiento”, o incluso al “emprendedorismo”, lo que es un referente de lo que afirmo, pues existe un uso indeterminado de conceptos que parecen sinónimos pero que también pueden comprender elementos diferentes. Por lo que no existe realmente una definición universalmente aceptada del concepto emprendedor. Esta última afirmación se debe a que sea cual sea la definición que determine, se expone con la incertidumbre de que existan casos que no se puedan encuadrar dentro de ella.

Para resolver estos cuestionamientos, se puede analizar al emprendimiento desde la epistemología, es posible encontrar en los decenios del ochenta y del noventa varios esfuerzos importantes, como los desarrollados por “Brazeal y Herberth (1999), Bygrave (1989a, 1989b) y Bygrave y Hofer (1991), que enumeran diferentes perspectivas científicas que aportan a la consolidación del emprendimiento como teoría y buscan su fundamentación científica. Al buscar la relación del emprendimiento desde el punto de vista metodológico con las diferentes ciencias, es posible encontrar relación entre algunas ciencias básicas y aplicadas y el emprendimiento. Por ejemplo: se observa una relación directa con la Economía y la Gestión; y una relación indirecta con la Matemática, la Psicología y la Sociología (Bygrave, 1989a)”. (González, *et.al.* 2008: 16).

Por esta razón existen varios modelos de análisis del emprendimiento desde diferentes perspectivas, según la relación existente con las ciencias básicas y aplicadas. Cada uno tiende a ver y a definir al emprendedor a partir de las premisas de su disciplina. Vista bajo este ángulo, la confusión atribuida al dominio no puede ser tan grande como se piensa, pues tienden a aparecer dentro de cada disciplina lugares comunes en cuanto a la forma de ver al emprendedor. Por ejemplo, los economistas lo han asociado grandemente con la innovación, mientras que los conductistas (psicólogos, psicoanalistas, sociólogos y otros especialistas del comportamiento humano) han escrito mucho sobre las características creativas e intuitivas atribuidas al emprendedor. (Filion, 2002).

Particularmente, se considera que lo importante es destacar que se han construido bases importantes, y como en todas las ramas de la ciencia, se continúa avanzando a partir de estos primeros cimientos. Incluso “Ibrayeva (1999) mantiene que hay evidencias de que las recientes investigaciones tienden a converger en distintos modelos y teorías” (García, 2007:3).

Para concluir este apartado es fundamental observar que con el paso de los años, el concepto de emprendedor se fue transformando, partiendo de las definiciones más sencillas, hasta llegar a las más complejas, sin duda como cualquier campo de la ciencia también ha sido cuestionado, y como es relativamente usual en las ciencias sociales lo más criticado ha sido la conformación de un concepto universal para definirlo.

No obstante estas situaciones, lo importante es la construcción de conocimiento respecto al tema, pues las críticas se han superado y el reciente consenso respecto a los elementos que deben conformarlo, ha permitido continuar avanzando.

1.2. LA ESCUELA COMPORTMENTAL Y EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Existen diferentes modelos que intentan explicar el funcionamiento de los procesos de emprendimiento. Éstos han sido desarrollos apoyándose en ciencias como la Psicología, la Sociología, la Economía, la Administración y la Pedagogía, entre otras. (González, *et.al.* 2008).

Desde el punto de vista de estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: la comportamental, la psicológica (cognitiva), la económica y la de procesos (Fonrouge, 2002). Esta clasificación se caracteriza por el énfasis en los aspectos estratégicos, beneficiándose de los avances recientes en el campo de la estrategia (Mintzberg *et al.*, 1999); también integra las tendencias cognitivas y de procesos a los campos de la estrategia empresarial como lo define Laroche y Nioche (1994) y Mintzberg *et al.*, (1999). (Rodríguez 2009:102)

De acuerdo con en Rodríguez y Jiménez (2005), cuatro corrientes integran hoy la clasificación del emprendedor, en función de las siguientes escuelas de pensamiento:

TABLA NO. 1 LAS DIFERENTES ESCUELAS DE PENSAMIENTO DE EMPRENDERISMO		
ESCUELA	DEFINICIONES DEL EMPRENDEDOR	AUTORES DE REFERENCIA
La escuela psicológica con las corrientes personalistas y cognitivas	Definen al emprendedor por un cierto número de atributos psicológicos descritos tanto por la personalidad como por los procesos cognitivos activados por las circunstancias.	Shaver y Scott (1991).
La escuela comportamental	Definen al emprendedor por el conjunto de actividades que propone en marcha para crear una organización.	Gartner (1988)
La escuela económica	Se especializa en la forma intuitiva de decisiones pensadas, relativas a la coordinación de recursos raros.	Casson (1991)
La escuela de procesos	Definen al emprendedor como aquel que desarrolla oportunidades y crea una organización para explotarlas.	Bygrave y Hofer (1991)

Fuente: Rodríguez y Jiménez, 2005.

Este estudio se sitúa con los argumentos planteados por el modelo comportamental de Gartner (1985), ratificados posteriormente por Valencia (2005). El modelo comportamental presenta cuatro dimensiones desde las que debe ser evaluado un emprendimiento. Las dimensiones son: el individuo (las características de las emprendedoras), en segundo lugar la organización (que corresponde al modelo de negocio en que se desempeñan o el cual les acomoda más), en tercer lugar el proceso previo (cuáles son los antecedentes previos antes de iniciar un negocio) y finalmente el medio ambiente (los factores del medio). (Amoros y Pizarro 2006). Dicho modelo resulta, beneficioso para analizar específicamente el emprendimiento femenino.

Debido a que se analiza el emprendimiento de las mujeres desde la perspectiva sociodemográfica y de características personales que permiten emprender una microempresa, el papel que juega la familia, recursos con los que inicia, sector al cual incursiona, la dirección y administración, problemas que se presentan, así como el conocimiento de información del emprendimiento de las mujeres del caso que se presenta.

A continuación se muestra un resumen de las dimensiones, características y factores del modelo propuesto por Gartner:

TABLA NO. 2
ESCUELA COMPORTAMENTAL

DIMENSIONES	CARACTERÍSTICAS	FACTORES
El individuo (La emprendedor/a)	Variables sociodemográficas y características personales	Edad, educación, experiencia profesional, habilidades, motivaciones (De necesidad: pérdida de empleo, la insatisfacción con su empleo, aspiraciones laborales frustradas, flexibilidad para manejar sus obligaciones familiares. De oportunidad: explotar una oportunidad de negocio, la autorrealización, el reconocimiento social, el estilo de vida y miedo al fracaso).
El Entorno (Factores externos)	El entorno económico, político, social y cultural	El rol de la familia, tamaño de la empresa, sector, capital propio, recursos financieros, años en el mercado.
La Organización (La empresa)	Creación y dirección de la empresa, resultados del éxito empresarial	Elección del tipo de empresa, constitución de la empresa, las estrategias administrativas, liderazgo y dirección, trabajo en equipo, estructuras administrativas, experiencia laboral, estrategias financieras, organización, nivel de empleo, las ventas, rentabilidad.
El Proceso (Actividades previas al inicio de la empresa)	Apoyo de actividades o funciones utilizadas en el momento de crear una empresa	Creación de la empresa, problemas al momento de iniciar una empresa, la falta de información, encontrar los contactos correctos, planes de empresa, crecimiento de un negocio.

Fuente: Elaboración propia

Las dimensiones y los factores propuestos por Gartner permitieron construir el diseño de la investigación como un criterio para organizar la metodología en este estudio, la escuela comportamental sirvió para analizar el emprendimiento femenino, debido a que identifica, describe y explica los comportamientos de las empresarias. Aunado a esto, se consideraron las características, habilidades y motivaciones desde la perspectiva del emprendimiento femenino. Lo que me permitió determinar el perfil de la mujer emprendedora exitosa en la microempresa para el caso de venta de alimentos y bebidas.

Siendo fundamental realizar un análisis bibliométrico, el cual se presenta en el siguiente apartado.

1.3. ANALISIS BIBLIOMÉTRICO

Hoy en día la producción científica se ha incrementado sustancialmente y el Meta-Análisis sirvió para conocer documentos de mujeres emprendedoras, lo que permitió integrar resultados sobre una misma temática desde distintos ámbitos mostrando una evidencia empírica a través de una perspectiva cuantitativa.

Realizando la búsqueda en la base de datos Scopus, Elsevier, Ebsco, Redalyc y Goole Académico, entre otras, que gozan de gran prestigio a nivel internacional, con la palabra clave "Female entrepreneurship", se encontraron documentos sumamente importantes, Sin embargo, se eligió la bases de datos de Web of Science por el reconocimiento que goza por parte de la comunidad científica en cuanto a citas y resúmenes. Encontrando los siguientes resultados:

Tabla No. 3

PALABRA CLAVE "FEMALE ENTREPRENEUSHIP"

Resultados encontrados	126
Total de veces citado	682
Total de veces citado sin citas propias	589

Artículos en que se cita	518
Artículos totales en que se cita sin citas propias	481
Promedio de citas por elemento	5.41
h-index	14

Fuente: Web of Science (Octubre de 2016)

Como podemos observar los resultados arrojan 126 resultados, lo que permite establecer que el emprendimiento de mujeres es un tema que se debe investigar por la relevancia que representa para las mujeres que deciden emprender una empresa.

Los registros del tema referido han sido citados en 682 documentos y sin citas propias en 589 documentos, encontrando 518 artículos en que se cita y 481 artículos en donde se cita sin citas propias, además de encontrar en promedio de citas por elemento de 5.41.

Por su parte, el h-index es de 14, lo que permite comparar la producción científica de varios autores de un mismo campo científico. Por otra parte, se ejecutó el Reporte de Citas el cual arroja información en los resultados recuperados a través de las siguientes gráficas:

Gráfica No. 1



Fuente: Web of Science (Octubre de 2016)

Gráfica No. 2



Fuente: Web of Science (Octubre de 2016)

La primera gráfica muestra el número de publicaciones por año desde 1998 hasta 2016 y la segunda gráfica el número de citas recibidas por la publicación por año de 2003 a 2016.

Con la información obtenida se llevó a cabo la selección de bibliografía de interés para mi tema de estudio, ya que representa un campo de estudio creciente.

1.4. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Las características del emprendedor, son un factor de estudio obligado en cualquier trabajo que pretenda desdoblar este concepto hacia un campo pragmático de análisis, por ello, resulta fundamental abordar este estudio.

“Tradicionalmente, se ha considerado al emprendedor como un individuo cuyos comportamientos están determinados por características personales e intrínsecas antes que por factores externos”. (Mayoral, 2014:98)

“Varios autores han mostrado que los emprendedores reflejan las características del tiempo y del lugar en donde han evolucionado (McGuire, 1964, 1976; Toulouse, 1979; Gibb y Ritchie, 1981; Newman, 1981; Ellis, 1983)”. (Filion, 2002: 122).

“Se encuentra un consenso sorprendentemente grande cuando se observan las definiciones y características atribuidas a los emprendedores por los especialistas de una misma disciplina. Los economistas entienden al emprendedor asociado a la innovación. Se le ve como un motor del desarrollo. Los especialistas de las ciencias del comportamiento, atribuyen al emprendedor características como creatividad, tenacidad, locus interno de control y liderazgo. Los ingenieros y los especialistas de la gestión de operaciones han visto al emprendedor como un buen repartidor y coordinador de recursos. En finanzas, el emprendedor sabe medir el riesgo. En gestión, el emprendedor sabe proveerse de hilos conductores de visiones alrededor de las cuales organiza el conjunto de sus actividades. Sabe desenvolverse y organizarse. Destaca en la organización y la utilización de los recursos que lo rodean. Para los especialistas de la mercadotecnia, el emprendedor identifica oportunidades, sabe diferenciarse y pensar “clientes”. Para ellos y aquéllos que estudian la creación de empresas, los mejores elementos para prever el éxito futuro del emprendedor residen en el valor, la diversidad y la profundidad de la experiencia propia como la de los expertos en el campo en el que se quiere incursionar y que asesoran al emprendedor”. (Filion, 2002:126).

De acuerdo con Robbins (1999), las características de los emprendedores son: trabajo constante, autoconfianza, optimismo, determinación y un alto nivel de energía. Pero por lo general, 3 factores proporcionan el perfil de la personalidad emprendedora, los emprendedores tienen una gran necesidad de logro, tienen la convicción de que pueden controlar su propio destino y solo enfrentan riesgos moderados. Los emprendedores son trabajadores independientes que tienen una tendencia a aceptar riesgos calculados y, al mismo tiempo, aceptan el hecho de que puedan ocurrir errores. (Chan y Balam 2011).

Existen otras características del emprendedor como:

1. La constancia

2. El sentido de oportunidad o de negocio
3. El conocimiento
4. Responsabilidad personal
5. Capacidad de liderazgo

Si alguien decide desarrollar un emprendimiento, debe ser consciente de que debe cumplir por lo menos con los anteriores requisitos, ya que sacar una idea adelante requiere de estos y muchos factores más. (González y Rodríguez, 2008)

Es importante señalar, que “el emprendedor se caracteriza por poseer espíritu de riesgo para explotar oportunidades, mediante el planteamiento de objetivos alcanzables a fin de manejar en un futuro las posibles fallas, asumiendo para ello la responsabilidad implícita. La iniciativa de identificar oportunidades trae consigo la necesidad de adoptar conductas arriesgadas por parte de emprendedor, quien a mayor riesgo, va en busca de mayores recompensas”. (López *et.al.*, 2007:84).

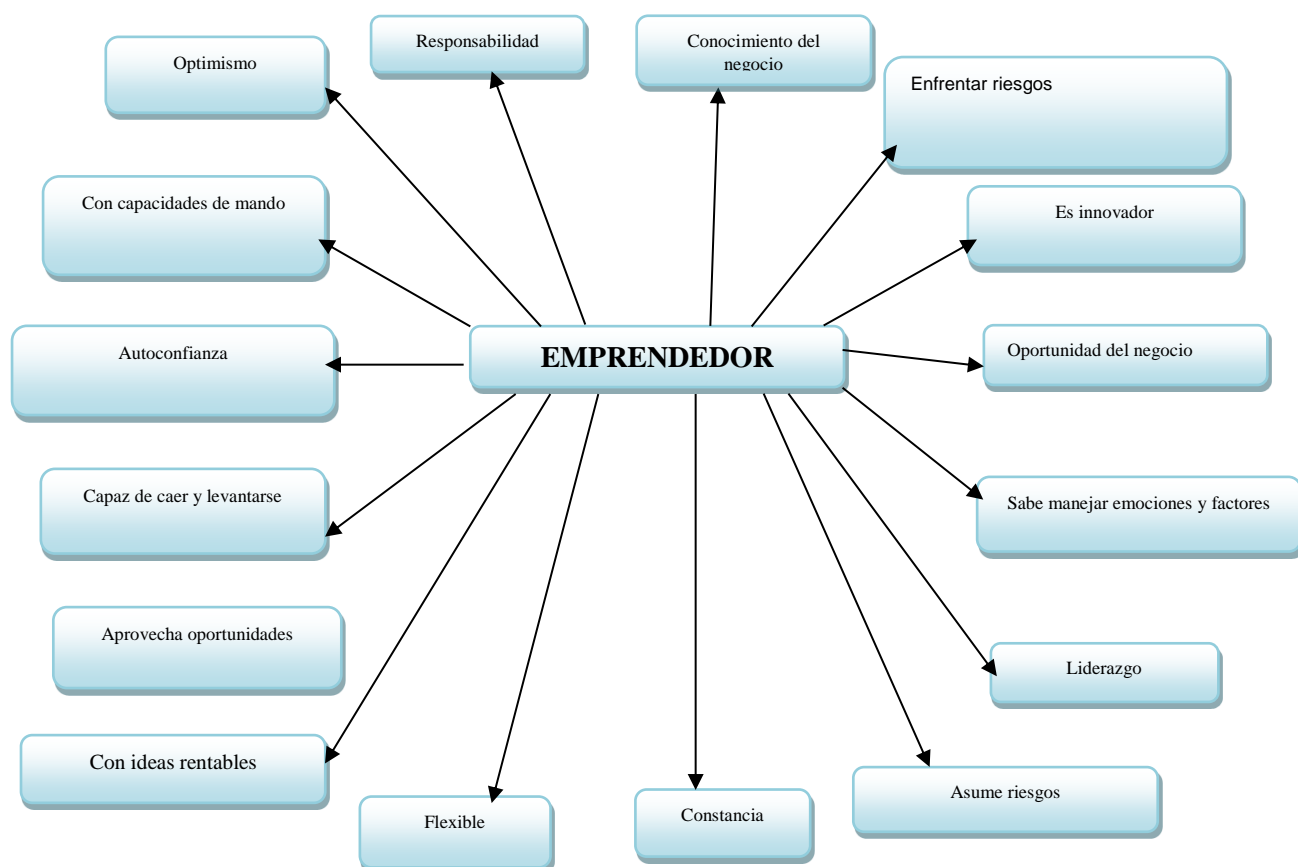
De acuerdo con Jaramillo *et. al.* (2012:47) “la propensión al riesgo es una característica de los emprendedores y puede definirse como el rasgo de personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo para asumir riesgos”.

“Otras características que también poseen los emprendedores empresariales son: tenacidad, aceptación al cambio, capacidad de observación, dinamismo, conocimiento de sus capacidades y limitaciones; tolerancia a situaciones difíciles, liderazgo, capacidad de análisis y capacidad de auto organización”. (Garrido y Meza, 2011:91)

Algunas características que deben poseer los emprendedores, se presentan en la siguiente figura:

FIGURA NO. 1

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR



Fuente: Elaboración propia.

La anterior figura nos muestra las características deseables que se considera debe tener el emprendedor, tales como virtudes, valores, habilidades y actitudes, entre las que señalan la honestidad, solidaridad, responsabilidad, excelencia, objetivos claros, fe en sus proyectos, dedicación plena, tomar riesgos, energía, actualización continua de sus conocimientos, ética y conciencia ambiental, capacidad para hacer relaciones personales y poder de comunicación.

“Las características que muestran generalmente los emprendedores, son normalmente adquiridas a través de la formación y experiencia acumulada con anterioridad

e influyen para iniciar sus empresas e incursionar a la actividad empresarial. Cuando alguien se convierte en emprendedor, la naturaleza de la actividad lo lleva a practicar y desarrollar ciertas características. Por ejemplo, se debe ser tenaz y creativo si se pretende permanecer en los negocios”. (Filion, 2002:123).

Por lo anterior, deducimos que las características de un emprendedor son sumamente variadas, se pueden delinear a través de su conocimiento previo, y el conocimiento adquirido en el ejercicio del propio emprendurismo; aunque si existe una base común que aparece continuamente en el ejercicio de determinar características, y son precisamente las anteriormente descritas.

1.5. HABILIDADES DE LOS EMPRENDEDORES

Corresponde ahora analizar las habilidades de los emprendedores, pues de esta forma podemos, una vez que fueron determinadas sus características, complementar el perfil idóneo de la persona que se considera dentro de esta figura.

Debemos considerar que las habilidades que deben presentar los emprendedores tienen una estrecha relación con la toma de decisiones, asumir responsabilidades y riesgos, poder de comunicación, creatividad, dirigir equipos de trabajo, desempeños o acciones eficientes que se convierten en una cualidad que le permitirán alcanzar el éxito de su emprendimiento.

Kiggundu (2002) define las competencias como todos los atributos que debe poseer el emprendedor para tener un emprendimiento exitoso: actitudes, valores, conocimientos, habilidades, destrezas, experiencia técnica, empresarial y social. Además, encontró que el éxito emprendedor está positivamente correlacionado con el hecho de que el emprendedor posea habilidades técnicas, administrativas, de relaciones humanas e innovación. De igual forma, Hood y Young (1993) afirman que el liderazgo, la comunicación oral y escrita y las relaciones humanas son las habilidades más importantes para lograr un emprendimiento exitoso”. Citado por Arteaga y Lasio (2009).

El Ministerio de Industria Turismo y Comercio de España (2003) establece que existen tres tipos de habilidades que deben considerarse para la pequeña y mediana empresa las cuales se presentan a continuación:

En el ámbito de las habilidades empresariales, implica mostrar iniciativa personal, creatividad y dinamismo así como preparación para asumir riesgos en relación con el desarrollo de ideas, creatividad, sentido de la responsabilidad, autonomía, confianza en sí mismo, liderazgo, tenacidad, aceptación del riesgo, responsabilidad, motivación de logro, espíritu positivo, capacidad de decisión y autodisciplina

El área de las habilidades sociales conlleva el desarrollo de actitudes de cooperación y de trabajo en grupo y aprender a asumir nuevos roles en una sociedad cambiante. También significa capacidad para dirigir equipos y reuniones para el logro de objetivos, trabajo en equipo, actitudes tendientes a la cooperación, capacidad de comunicación, capacidad para relacionarse con el entorno, sensibilidad a las necesidades de los otros, capacidad para exponer y defender las propias ideas ante los demás.

Desde las habilidades de dirección, el espíritu emprendedor supone fomentar la capacidad para planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades, así como tener poder de comunicación. Planificación, toma de decisiones y asunción de responsabilidades, capacidad para afrontar los problemas y encontrar soluciones, capacidad de persuasión, capacidad de liderazgo y capacidad para la organización y optimización de recursos.

Lowe *et. al.* (1999: 414) establecen que “las habilidades que caracterizan a los gerentes de alto desempeño se ubican en tres categorías:

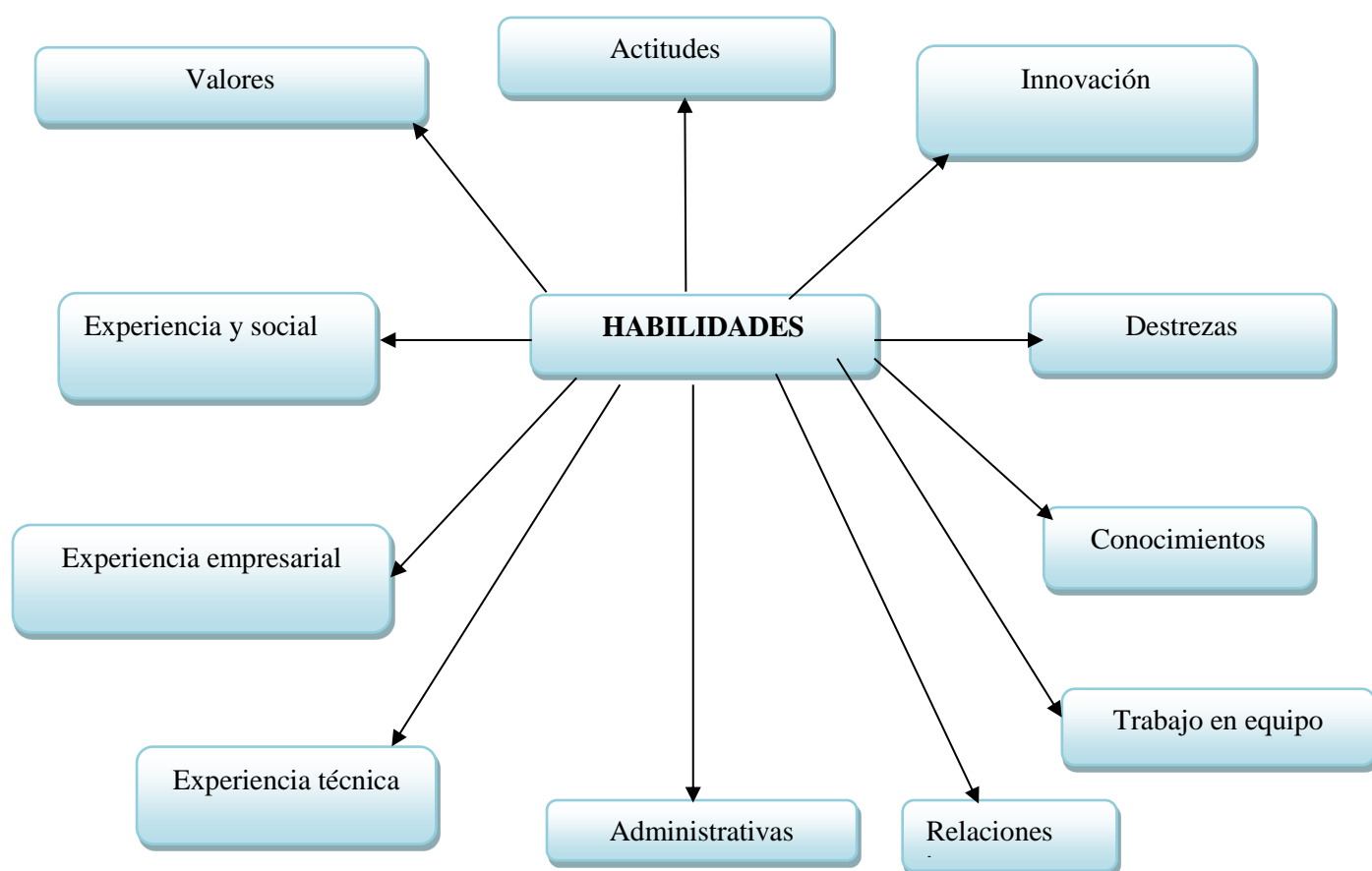
1. Habilidades interpersonales y de liderazgo.
2. Habilidades técnicas: Comprensión de las tecnologías, sus tendencias, los mercados y el entorno de los negocios.

3. Habilidades administrativas: Adquiridas a través de la experiencia en planeación, manejo de presupuestos, elaboración de cronogramas, evaluación de desempeño etc.”

Habilidades que deben considerar los emprendedores para lograr un emprendimiento exitoso. En la siguiente figura se presentan las habilidades que deben tener los emprendedores:

FIGURA NO. 2

HABILIDADES DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN LA MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia.

“Se puede caracterizar el perfil del emprendedor en función de sus habilidades, competencias y capacidades genuinas y adquiridas. Este perfil se obtiene a partir de ciertos rasgos en común que poseen y desarrollan los emprendedores”. (López, *et. al.*, 2007:83).

Las habilidades que presentan las mujeres que emprenden una empresa se encuentran estrechamente vinculadas con los desempeños que deben desarrollar y que puedan aportar todos sus conocimientos y capacidades para crear empresas exitosas.

Por todo lo anterior, una vez que conocemos las características y habilidades de los emprendedores, es necesario analizar qué motivos influyen para que el género femenino particularmente, emprenda una empresa.

1.6. MOTIVOS QUE INFLUYEN PARA QUE LAS MUJERES EMPRENDAN UNA EMPRESA

Las razones que motivan a una persona a realizar algo, son uno de los factores fundamentales en la conclusión de su objetivo y en el éxito que pueda tener especialmente en el mediano y largo plazo.

“Existen dos motivos por los cuales se puede emprender una empresa, porque han identificado una buena oportunidad de negocio (emprendedores por oportunidad) y los que son forzados por las circunstancias, al carecer de mejores alternativas en el mercado laboral (emprendedores por necesidad)”. (Fuentelsaz y González, 2015:72)

“Para aquellos que son atraídos a emprender por oportunidad, existen dos motivaciones principales que los impulsan: emprender porque quieren incrementar sus ingresos en comparación a los que obtendrían al permanecer empleados y aquellos individuos que manifiestan querer una mayor independencia. En contraparte, los emprendedores por necesidad incluyen a las personas que sostienen no poseer otras herramientas para desarrollarse laboralmente y aquéllos que se involucran en actividades

emprendedoras, fundamentalmente, para mantener su nivel de ingreso”. (Abarca *et. al.*, 2015:27)

Por ello, estudiaremos cuales son esencialmente las razones para que las mujeres se inicien como emprendedoras; comencemos determinando que los emprendedores tienen diferentes motivaciones para empezar sus negocios y la mayoría de autores coinciden en que el dinero no es la principal de ellas (Dubini, 1989), sino, más bien, la necesidad de autonomía en la toma de decisiones y administrar su propio tiempo, entre otras razones (Van y Jansen, 2006). Además, Dubini 1989 planteó algunas fuentes de motivación positiva para la creación de empresas, tales como el deseo de contribuir al bienestar de sus allegados, la necesidad de independencia e individualismo asociado con la necesidad de recompensa económica, para garantizar su seguridad y la de su familia, la aspiración de mejorar su estatus y prestigio dentro de la comunidad, y tener el control en lugar de ser controlado (ser su propio jefe). (Arteaga y Lasio 2009).

Lo que demuestra que la mujer juega un papel fundamental en la actividad emprendedora y la relación que existe entre género y actuación empresarial resulta muy interesante por lo cual, la investigación se ha venido multiplicando.

De acuerdo con Lamolla (2007), las motivaciones de necesidad son más fuertes que las de oportunidad, buscando conciliar su vida personal y profesional con el cuidado de los hijos, buscando mayor flexibilidad al iniciar un negocio.

Mientras que Minniti, *et. al.* (2006) establecen que las mujeres que deciden emprender un negocio se encuentran motivadas por aprovechar una oportunidad de negocio, siendo una minoría que lo hacen por necesidad, sin embargo, en los países de bajo nivel de ingresos la motivación por necesidad se incrementa para crear negocios.

“La pregunta que surge es si las mujeres tienden a crear empresas más por necesidad que por elección, al no tener alternativas laborales suficientemente buenas como

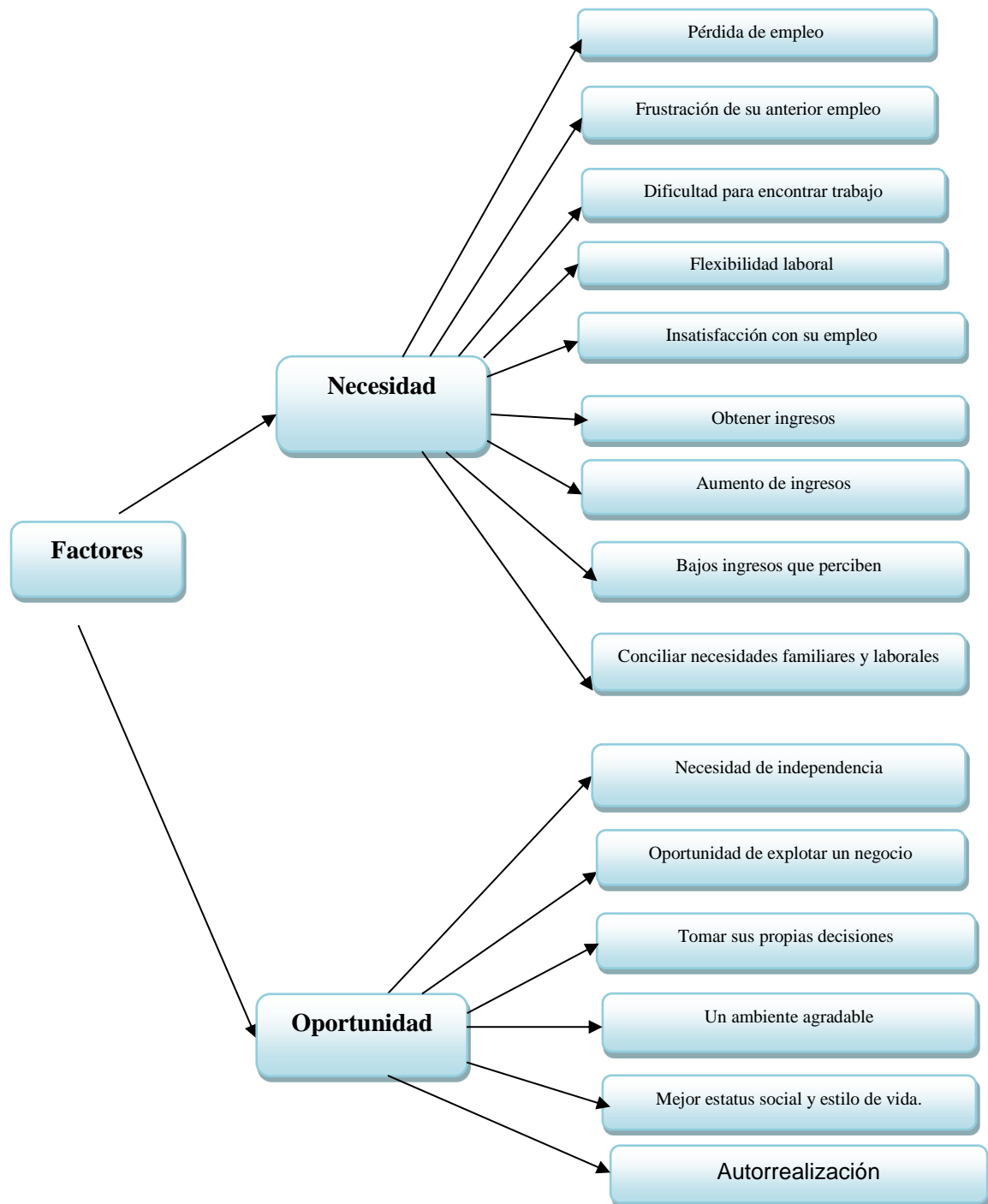
empleadas dependientes que les permitan cumplir con sus bien sabidas responsabilidades familiares”. (Ortiz, *et. al.*, 2008:91).

De acuerdo con Carosio (2004:96) “las emprendedoras crean empresas para satisfacer sus necesidades personales y deben estar convencidas de que la naturaleza del negocio está acorde a sus deseos, actitudes, personalidad, conocimientos y potencialidades. Existe una relación univoca entre las características psicosociales de las mujeres y el tipo de emprendimiento que asumen. Por ello hay diferentes tipos de microempresas, pero en todos los casos la actividad en sí, va constituyéndose en una opción configuradora de la vida y la individualidad de la mujer”.

“Pueden derivarse de una cadena de factores enmarcados en ciertos rasgos de la personalidad que de acuerdo con evidencias teóricas y demostraciones empíricas se encuentran asociados a la capacidad emprendedora y que pueden ser de carácter psicológico y no psicológico, los cuales fijan sus rasgos emprendedores”. (López, *et. al.* 2007:81).

Considerando las anteriores posturas se detectan dos claras diferencias de los factores que influyen para que las mujeres decidan iniciar una empresa dependiendo de los objetivos personales que tienen en común las emprendedoras, a continuación se presentan los motivos y los factores que son considerados de mayor incidencia en las mujeres en el siguiente esquema:

FIGURA NO. 3
PRINCIPALES MOTIVOS QUE IMPULSAN A LAS MUJERES A EMPRENDER UNA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia

Los aspectos recurrentes que se identifican en la literatura de mujeres que emprenden un su propia empresa se encuentran relacionados con las motivaciones que influyen para que las mujeres emprendan una empresa, pueden encontrarse ligadas con el deseo de autorrealización personal de acuerdo a las expectativas que persiguen, para alcanzar el éxito y dejar de lado la frustración, aburrimiento de su anterior actividad o pérdida de empleo, poniendo en práctica sus conocimientos y experiencia, combinando las necesidades familiares, aprovechando la oportunidad de negocio, teniendo un gran entusiasmo para iniciarlo y lograr independencia e iniciar su propia empresa e incursionar en la actividad empresarial.

Por lo tanto, es importante dedicar una especial atención a la investigación de la actividad emprendedora basada en percepciones culturales en diferentes sociedades, a través de la evidencia empírica internacional.

1.7. EVIDENCIA EMPÍRICA INTERNACIONAL

Ahora es de vital importancia hacer un análisis de las evidencias empíricas registradas a nivel internacional, con la finalidad de comenzar a transitar desde el estudio teórico hacia los aspectos pragmáticos.

La participación de mujeres en los negocios data de muchos años atrás, pero el perfil, las razones para iniciarse en dicha actividad, así como la manera de manejar sus empresas, dista mucho de semejarse a las empresarias de aquella época. (Hernández, 2010).

La educación, las formaciones y empleos anteriores tendrán también una influencia, tanto como la religión, los valores del medio, la cultura familiar, etc. Sin embargo, la realidad es que mujeres que emprenden empresas no es algo nuevo pero relativamente tampoco es una actividad con una gran historia, por lo que representa un área de investigación con un gran potencial, existen diversos estudios que han investigado el tema de emprendimiento estableciendo aportaciones, como se puede observar en la siguiente tabla:

TABLA NO. 4

INVESTIGACIONES DE EMPRENDIMIENTO DE MUJERES

Bowen y Hisrich (1986)	Realizaron un trabajo basándose en la perspectiva de carrera empresarial con el propósito de brindar elementos que permitan un mejor desarrollo y fomento del espíritu empresarial de las mujeres , especialmente en industrias no tradicionales .
Cromie (1987)	Examina los motivos que estimulan a las personas a convertirse en propietarios de negocios, si los motivos no económicos predominan sobre los económicos y si los hombres y las mujeres tienen razones similares para iniciar sus negocios .
Shabir y Di Gregorio (1996)	Realizan un estudio sobre los aspectos individuales de las mujeres empresarias en Pakistán, centrándose en sus percepciones y la forma en que ellas definen sus metas y las ventajas y las obligaciones que enfrentan al empezar un negocio en un nivel micro .
Kourilsky y Walstad (1998)	Realizaron un estudio sobre la propensión empresarial en Estados Unidos, basándose en que aunque las tendencias y proyecciones indican que las mujeres desempeñan un papel cada vez más importante en el desarrollo empresarial de la economía , se conoce poco acerca de lo que las mujeres más jóvenes entienden o reflexionan sobre el espíritu empresarial.
Crowling y Taylor (2001)	Parten en su investigación de la premisa de que la habilidad de auto emplearse para crear oportunidades laborales adicionales es un asunto fundamental dado el gran incremento en recursos públicos dirigidos a la creación de nuevas empresas en el Reino Unido, y otros países.
Smith-Hunter y Boyd (2004)	Ofrecen una explicación sustentada teóricamente de las diferencias raciales observadas entre las mujeres empresarias . Aplican varias teorías de la capacidad empresarial a un estudio comparativo entre mujeres blancas y mujeres consideradas como minorías en la ciudad de Nueva York.
Sarri y Trihopoulou (2005)	Indagan sobre el fenómeno de la mujer emprendedora en Grecia, especialmente en lo que se refiere a sus características personales y sus motivaciones con el propósito de apoyar la elaboración de políticas de fomento a la creación y puesta en marcha de empresas femeninas.
Winn (2005)	Afirma que la actividad emprendedora entre las mujeres llama la atención en todo el mundo y a pesar de sus evidentes beneficios las mujeres van a la zaga de los hombres en propiedad de negocios y de independencia económica en la

	mayoría de los países del mundo.
Kolland y Parikh (2005)	Realizan una investigación sobre el emprendimiento de las mujeres indias afirmando que poco a poco las mujeres en este país han llegado a tener conciencia de su existencia, sus derechos y su situación laboral .
Brindley (2005)	En su investigación proporciona un resumen exhaustivo de la literatura académica con respecto al riesgo y su papel en la experiencia empresarial de la mujer .
Kirwood (2007)	Plantea en su investigación que la familia tiene el potencial de ser un caldo de cultivo para los empresarios y puede ser clave para estimular el espíritu emprendedor .
Langowitz y Minniti (2007)	El espíritu empresarial se está convirtiendo en una fuente cada vez más importante de empleo para las mujeres en muchos países.
Scheiner <i>et al.</i> (2009)	En su investigación muestran que algunas de las motivaciones , ya sea por necesidad o por oportunidad para convertirse en emprendedoras .
Zuraidah y Kamaruzaman (2009)	Realizan una investigación en donde muestran que cada vez hay más mujeres empresarias en Malasia proporcionando oportunidades de empleo , desempeñando un papel importante en la promoción del desarrollo de este país y presentan las asociaciones que apoyan a estas mujeres emprendedoras .
Paré y Therasme (2010)	Su investigación es realizada en el área metropolitana de Montreal, estableciendo el sexo de los empresarios, mostrando la inmigración y el origen étnico de las mujeres emprendedoras .
Gholipour <i>et al.</i> (2010)	En su investigación establecen que la participación de las mujeres emprendedoras Iraníes en el trabajo, así como la búsqueda del equilibrio de su vida familiar , mostrando la incapacidad para manejar el estrés en el trabajo.
Enhai (2011)	Su investigación examina los rasgos personales y toma de decisiones de los empresarios privados chinos, estableciendo que no hay diferencia de género en el nivel de educación entre las mujeres empresarias y sus homólogos masculinos, las mujeres empresarias tienen familias más pequeñas y trabajan más horas en sus empresas , son más propensos a tomar decisiones importantes junto con sus principales directivos en comparación con los empresarios.
Gathenya <i>et al.</i> (2011)	En su investigación muestran que las mujeres empresarias , explotan las oportunidades empresariales independientemente de la edad y su educación , teniendo un impacto significativo en

	la rentabilidad de sus empresas, estableciendo la necesidad de realizar cursos y programas especiales para las empresarias de las PYME en Kenia.
Jong <i>et al.</i> (2011)	Realizan una investigación en donde investigan la eficacia del gobierno de Corea en la aplicación de políticas dirigidas a las mujeres empresarias en función de su estado civil , presencia de niños, edad, nivel de educación y tipo de negocio .
Arasti <i>et al.</i> (2012)	Indagan sobre crecimiento del el número de empresas dirigidas por mujeres en Irán, las cuales siguen siendo pequeñas y no crecen tan rápido como las de los empresarios, debido a factores individuales, organizacionales y ambientales .
Muriungi (2012)	En su estudio identifica los desafíos que enfrentan las mujeres empresarias de micro y pequeñas empresas (MYPE) en Kenia asociadas a los roles tradicionales de la mujer , como la peluquería, desempeñando un papel importante en la economía quienes son generadoras de empleo , presentando problemas como la falta de financiación, la discriminación, los problemas con el ayuntamiento, escaso acceso a la justicia y falta de educación.
Eddleston y Powell (2012)	En su investigación establecen que las mujeres empresarias tienden a fomentar la satisfacción con el equilibrio trabajo-familia mediante la creación de sinergias entre trabajo y familia, mientras que los empresarios masculinos tienden a alimentar la satisfacción con el equilibrio trabajo-familia mediante la obtención de apoyo de la familia en el hogar.
Welsh <i>et.al.</i> (2013)	Realizan un estudio en el norte de Sudán de mujeres empresarias abordando el riesgo que asumen , las principales fuentes de apoyo para alcanzar el éxito de sus empresas , considerando aspectos personales así como la participación de la familia, experiencia previa de trabajo, apoyo moral e institucional.
Mitchel y Rowley (2013)	En su estudio dan a conocer las competencias personales, y de gestión de las empresarias y el compromiso de crecimiento de su negocio en Inglaterra y Gales.
Anil y Azize (2014)	En su investigación muestran el perfil de las mujeres empresarias de acuerdo a sus características de personalidad y el estilo de crianza de sus padres como factor de motivación para convertirse en empresarias.
Nurul y Norizan (2014)	Realizan una Investigación sobre las estrategias de comunicación de líderes femeninas en el mundo empresarial, especialmente de las mujeres emprendedoras.

De Vita, <i>et.al.</i> (2014)	En su estudio ponen de relieve lo importante que es la contribución de las mujeres en la iniciativa empresarial femenina en las economías emergentes y la importancia de las mujeres empresarias inmigrantes en los países desarrollados.
Ramadani (2015)	En su investigación muestra los problemas que enfrentan las empresarias en Albania así como los motivos que las llevan al mundo empresarial obteniendo información en torno a tamaño, ingresos, situación familiar, así como la capacidad de gestión.
Agarwal y Lenka (2015)	En su investigación revisan y explican conceptualmente la conciliación de la vida laboral y familiar de las mujeres empresarias y los conflictos que se presentan, desde una explicación conceptual.
Elizundia (2015)	En su estudio investiga si existen diferencias significativas de los nuevos negocios de hombres y mujeres en la ciudad de México, analizando su experiencia profesional, nivel educativo, antecedentes familiares emprendedores, la edad el género, capital inicial, nivel de planeación y asesoría profesional con que inicio en el sector de comercio y servicios.
Manzanera-Roman y Brändle (2016)	Investigan las habilidades y destrezas que poseen las mujeres emprendedoras , que las caracterizan explicando la capacidad empresarial de éstas, en torno a la tipología, sector, dimensiones, innovación y creatividad, en la Región de Murcia y coinciden en que existen diferencias significativas entre las percepciones de las mujeres y los varones al subsistir estereotipos entre mujeres y varones de género a la hora de definir el perfil de las empresarias.
Welch, <i>et.al.</i> (2016)	Investigan el impacto del apoyo moral negativo y positivo de la familia en las mujeres emprendedoras Turcas, analiza los principales retos, los problemas personales, habilidades directivas y las ventajas que tienen de educación y experiencia en el trabajo.
El Proyecto GEM	Realiza un estudio periódicamente a nivel mundial sobre los componentes asociados a la creación y desarrollo de nuevas empresas con diferentes enfoques y metodologías que también han abordado el tema de emprendimiento femenino .

Fuente: Elaboración propia con base en Ortiz *et al.*, 2008

De la tabla anterior se puede observar, que ha venido cobrando más fuerza la participación de la mujer como emprendedora, demostrando que existe un creciente interés por convertirse en empresarias contribuyendo al crecimiento económico y bienestar social que se genera, lo cual ha motivado a incrementar la investigación desde una perspectiva de género en los últimos años.

Es por ello, que “tratar de comprender las singularidades del emprendimiento femenino, en términos de los sectores de interés, los factores de motivación y las capacidades propias del sexo, que pueden caracterizar y diferenciar los perfiles de las mujeres y de sus emprendimientos”. (Stewart Jr., 2007: 14)

“No hemos llegado al punto en que podríamos evaluar a una persona y establecer con certeza si triunfará o no como emprendedor. Sin embargo, se puede identificar si esta persona posee características y aptitudes que con más frecuencia se encuentran entre los emprendedores. Aun cuando no se ha llegado a establecer un perfil científico absoluto de lo que es el emprendedor, las investigaciones efectuadas sobre el tema ofrecen señales no despreciables a aquéllos que quieren convertirse en emprendedores para situarse mejor como emprendedores potenciales”. (Filion, 2002:122).

En su investigación Guerrero *et. al.* (2012: 1598) “establecen que hasta donde nuestro conocimiento alcanza no está definido un perfil de la mujer emprendedora en general en México ni en sus estados”. Por lo cual, resulta de gran interés esta investigación que permitirá conocer el perfil que presentan las mujeres que emprenden microempresas en el subsector de venta de alimentos y bebidas y han logrado el éxito.

CAPÍTULO II

LA MICROEMPRESA DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Una vez que se han analizado en términos generales, los aspectos relativos al emprendedor, resulta fundamental que el estudio avance hacia el análisis de la participación femenina en el ámbito del emprendurismo como un tema específico y desde una perspectiva de género.

Lo anterior se plantea desde luego, porque se parte de la premisa de que los emprendedores varones y las emprendedoras mujeres no enfrentan las mismas dificultades ni en los mismos niveles, por lo que en los siguientes apartados de este capítulo, delimitando territorialmente solo a México, se estudiará la actividad empresarial femenina, la participación de la mujer en las microempresas, las razones que impulsan a una mujer a convertirse en microempresaria, así como los principales obstáculos y retos que enfrentan.

Todo lo anterior bajo una perspectiva de género y enfocado esencialmente a las microempresas.

2. 1. ACTIVIDAD EMPRESARIAL FEMENINA EN MÉXICO

Aunque las mujeres siempre hayan estado presentes en el mundo de los negocios (Gamber 1998), “el interés por estudiar la participación de las mujeres en actividades empresariales cobró auge en la década de los ochenta en países industrializados como Gran Bretaña, Suecia, Canadá y Estados Unidos. Pionero en este tema es el estudio de Goffee y Scase (1983) sobre empresarias de Gran Bretaña, donde por primera vez se analizan sus características, experiencias y las razones por las cuales ellas se incorporan a esta actividad”. (Serna, 2003: 39).

A partir de la década de los ochenta el tema de la actividad empresarial femenina cobra interés en el mundo académico (Berg, 1997), tema que ha sido tratado de diversas formas en la literatura.

Berg (1997), establece que el feminismo empírico surge en los años 80 en donde se muestra el interés de los investigadores sobre la teoría de la creación de empresas, especialmente sobre las motivaciones y personalidad de la empresaria y los obstáculos para iniciar y mantener su empresa frecuentemente en contraste con los empresarios hombres.

Holmquist (1997:4), “divide la actividad empresarial femenina en dos grandes categorías:

1. La investigación que integra la actividad empresarial femenina en la teoría más genérica de la creación y desarrollo de pequeñas empresas (entrepreneurship).
2. La investigación que procura crear una teoría de la actividad empresarial femenina, construida a partir de la teoría feminista (gender theory)”.

Fisher *et. al.*(1993) establece que el feminismo liberal se deriva de la perspectiva feminista de los años sesenta y setenta, cuyo propósito es demostrar que existen diferencias entre hombres y mujeres, siendo estas las que se encuentran en desventaja con respecto a los varones.

Rodríguez (2004: 33-34) “resalta la importancia de la actividad empresarial en México desde dos aristas: la económica, relacionada con la capacidad que tienen las empresas para producir y abastecer de bienes y servicios a la sociedad, propiciando, a la vez, el desarrollo de las fuerzas productivas; y la social, que radica en el impulso que tienen las empresas para incorporar fuerza de trabajo a la actividad económica, generando ingresos traducidos en poder de compra para un grupo significativo de familias”.

La Organización de las Naciones Unidas (2000) establece que las mujeres que se incorporan a la actividad empresarial frecuentemente es el único medio del cual disponen para obtener recursos, lo que les permite satisfacer sus necesidades de ellas y de sus hijos y

generar su propio empleo así como las de otras familias, existiendo la posibilidad de llevar a cabo una empresa exitosa. (Capt, 2000).

Como podemos observar, la literatura pone en evidencia la participación de las mujeres en la actividad empresarial, algunos autores que se han encargado de desarrollar diferentes tipologías en torno a las mujeres que deciden emprender un negocio y convertirse en empresarias entre las cuales destacan la de “Goffe y Scase (1985), quien desarrolla una clasificación a través de cuatro tipos de empresarias:

- 1) Las empresarias convencionales, que se convierten en empresarias por necesidades económicas;
- 2) Las empresarias domésticas, son empresarias que tratan de alcanzar su desarrollo personal;
- 3) Las innovadoras, mujeres profesionales con aspiraciones de alcanzar el éxito;
- 4) Las empresarias radicales, las que se consideran como feministas y establecen sus empresas para elevar su posición en la sociedad.

Por su parte “Carter y Cannon (1992) establecen otra tipología en la cual agrupan los siguientes tipos de empresarias:

- 1) El formado por mujeres jóvenes que se auto emplean por no tener empleo;
- 2) El grupo de jóvenes ambiciosas, inexpertas en el ámbito empresarial pero con estudios;
- 3) El grupo de mujeres con nivel educativo y experiencia laboral;
- 4) El grupo de las que regresan al mundo laboral después de criar a los hijos;

Este último grupo está formado por las mayores de 45 años, que siempre han trabajado en el negocio familiar”. (Citado por Sáinz 2007:58-59).

Arias (2001:69) “distingue dos tipos de empresarias al realizar en un estudio aplicado a mujeres de regiones semiurbanas de México:

1) Las que denomina “mujeres en negocios”: Mujeres que iniciaban sus negocios en sus domicilios, por ser jefas de hogar, disfrutando de alta consideración en sus localidades presentando comportamientos sociales muy tradicionales en sus localidades y tienden a dejar sus negocios en manos masculinas.

2) La que denomina “mujeres de negocios”: Mujeres que establecen sus negocios fuera de casa y establecen separación física entre casa y negocio, así como el número de hijos y no ceden el manejo de sus negocios a los varones”.

“El Global Entrepreneurship Monitor (1999) distingue a las empresarias de acuerdo a la vida de sus empresas:

1) Empresarias nacientes a aquellas cuyas empresas no han pagado sueldos o salarios durante más de tres meses;

2) Empresarias nuevas aquellas que han pagado sueldos o salarios en el periodo comprendido entre los tres y los 42 meses y;

Empresarias establecidas: a aquellas que han desarrollado una empresa y que han pagado sueldos o salarios por más de 42 meses”. (Valencia, 2011:23)

“Se entiende por empresarias aquellas mujeres que encabezan la dirección de un negocio, innovadoras en la medida en que toman riesgos y que hacen uso de recursos sociales y económicos que les proporcionan las relaciones de su grupo de interacción para iniciar y mantener su empresa. También considera que una empresaria puede ser tan diversa como diversos son los contextos sociales y económicos en los que participa”. (Hernández 2010:71)

“En México existe la clasificación de la actividad económica de las empresas, la cual se dividen en tres sectores:

1. Agropecuario, que aglutina las actividades relacionadas con la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura, principalmente (Méndez, 2007: 31-33; García, 2007: 234, 264, 290).

2. Industrial, dividido en:

a) Actividades extractivas, siendo sus principales fuentes: el carbón y derivados, extracción de petróleo y gas, mineral de fierro, minerales metálicos no ferrosos, canteras, arena, grava y arcilla; otros minerales no metálicos, y

b) Actividades de transformación que incluye: industria automotriz, de la construcción, alimentaria, tabacalera, petroquímica, mueblera y maderera, entre otras. Estos dos sectores están considerados como productores de objetos tangibles.

3. Servicios, concentra las actividades relacionadas con la atención personalizada; siendo sus principales ramas: el comercio, restaurantes y hoteles, transporte, comunicaciones, servicios financieros, servicios profesionales, educación, salud, servicios gubernamentales, y otros servicios.

En este sentido, los sectores contribuyen a la producción de bienes y servicios capaces de lograr la satisfacción de necesidades de manera directa o indirecta (Zorrilla, 2007: 110). Esta actividad es generada en las empresas a través de procesos productivos, y está conectada por el factor productivo denominado trabajo, que da origen al empleo representado por la Población Económicamente Activa (PEA)”. (Citado por Padilla y Hernández, 2011:90)

“Rodríguez (2004: 33-34) resalta la importancia de la actividad empresarial en México desde dos aristas: la económica, relacionada con la capacidad que tienen las empresas para producir y abastecer de bienes y servicios a la sociedad, propiciando, a la vez, el desarrollo de las fuerzas productivas; y la social, que radica en el impulso que tienen las empresas para incorporar fuerza de trabajo a la actividad económica, generando ingresos traducidos en poder de compra para un grupo significativo de familias. Al respecto, Saavedra y Hernández (2007) coinciden en la relevancia económica y social de las actividades que realizan las empresas, sirviendo como amortiguadores del alto desempleo que se vive en el país y en otras partes del mundo”. (Padilla, 2011:89)

El número de empleadores y empleadoras en el país se muestra por sector de actividades, existiendo una diferencia clara entre hombres y mujeres debido a que las mujeres suelen concentrarse principalmente en los sectores comercio y servicios como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO NO. 1**DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADORES Y EMPLEADORAS POR SECTOR DE ACTIVIDAD
ECONÓMICA**

	Hombres		Mujeres	
	Número de empleadores	Porcentaje	Número de empleadoras	Porcentaje
Total	1 641 396	100%	392,219	100%
Primario	273 762	16.7%	15,178	3.9%
Construcción	336 680	20.5%	5,601	1.4%
Manufacturera	192 793	11.7%	42,665	10.9%
Comercio	282 134	17.2%	110,035	28.1%
Servicios	544 713	37.2%	218,379	55.7%
Otros	8 036	0.5%	0	0
No especificados	3 278	0.2%	361	0.1%

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Primer trimestre 2014

Estos resultados muestran que las empleadoras en México están preferentemente ubicadas en el sector servicios con el 55.7%, las que se dedican al comercio 28.1%, el 10.9% a la manufactura, el 3.9% al sector primario y solo el 1.4% a la construcción.

Por ello, “el sector de los servicios está considerado como el sector “femenino” por naturaleza, de allí también que una proporción importantísima de empresas dirigidas por mujeres se establezcan en este sector. La opción empresarial también se caracteriza por un sesgo de género”. (Carosio, 2004: 92).

Otro aspecto a considerar en “los procesos económicos es la existencia de un sistema de género que constriñe las elecciones de las personas, limitando sus opciones y campos de acción a lo que es socialmente legítimo, y haciendo que sus objetivos y metas se rijan por un sentido de obligación (Sen, 1990: 127). Así se tiene que las mujeres prefieren elegir proyectos productivos y empresariales en áreas tradicionalmente femeninas, o tomar

decisiones de cómo organizar el trabajo en dichos proyectos de acuerdo con las obligaciones de su trabajo reproductivo”. (Rodríguez, 2005: 8)

El comercio y los servicios son actividades que las mujeres prefieren (Zabludovsky, 2001) por la posibilidad de hacer compatibles el trabajo doméstico y la generación de ingresos, debido a la independencia y la flexibilidad en el horario, a diferencia de los varones que tienden a concentrar a sus empresas en la industria y en la construcción.

Es importante señalar, que “las mujeres se concentran preferentemente en la venta de alimentos y prendas de vestir (es también en estos rubros donde se concentran las escasas empresas industriales manufactureras de mujeres). En lo correspondiente a los servicios, la mayor participación de las mujeres se centraliza en empresas de tipo educativo y comunitario, a actividades propiamente "femeninas" como la educación, la comida y el vestido, que pueden ser incluso consideradas como una extensión de las actividades domésticas”. (Zabludovsky, 2001: 6-7)

“Los estudios en el sector productivo señalan que la mujer mexicana tiende a incursionar con más facilidad en los sectores educativos y de comercio, o en giros de índole doméstico, como fondas (venta de comida) o de venta de productos perecederos (alimentos)”. (García, 2011:65)

Dado que las habilidades necesarias para establecer una pequeña microempresa comercial son mínimas y relativamente fáciles de aprender, ya que desde el punto de vista técnico, son prolongaciones de las tareas domésticas, mientras que las empresas de servicios suelen requerir habilidades o conocimientos con cierto grado de especialización, como la capacidad de cortar el cabello, masajes terapéuticos, clases de inglés, entre otros, etc. Otro factor que podría incidir es que el sector comercial puede requerir una inversión inicial menor, lo cual se relaciona con el tamaño de la empresa.

El tamaño de las empresas de las empleadoras en México se presenta en el cuadro No. 2, en donde el 90.2% se encuentra ubicado en las micro empresas, el 9.3% representan

las pequeñas empresas y tan solo el 4% se encuentra en la mediana empresa. No existe registro de empleadoras que se encuentren ubicadas en las grandes empresas, de acuerdo a cifras emitidas durante el primer trimestre de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (2014), no incluyendo al sector agropecuario.

CUADRO NO. 2

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPLEADORAS Y EMPLEADORES POR TAMAÑO DE EMPRESA

	Mujeres		Hombres	
Total	374,657	100%	1,361,268	100%
Micro empresa	337,808	90.2%	1,197,744	88%
Pequeña empresa	34,791	9.3%	138,533	10.2%
Mediana empresa	1,697	0.4%	15,645	1.1%
Gran empresa	0	0	6,068	0.5%
Otros no especificados	361	0.1%	3,278	0.2%

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Primer trimestre 2014

El cuadro anterior nos indica que el mayor porcentaje de empresas de mujeres se ubican en la microempresa, las cuales presentan un crecimiento más bajo y menores probabilidades de sobrevivir a largo plazo, suelen establecer sus negocios en el comercio minorista o servicios en donde el crecimiento es limitado, debido al capital inicial e infraestructura, con volúmenes de facturación y rentabilidad menor.

La concentración de mujeres en las microempresas se atribuye a que representa pocas barreras en cuanto a requerimientos y también a su organización, por ser más flexibles, permitiendo compatibilizar el trabajo extradoméstico con las responsabilidades domésticas que siguen estando a su cargo, incluso hay ocasiones en que las actividades de la empresa se realizan en el hogar.

De acuerdo a la clasificación que establece INEGI (2010) en los Censos Económicos, el número de trabajadores define el tamaño de la empresa, como se observa

en el cuadro No. 3, la microempresa emplea hasta 10 trabajadores en el sector industrial, de comercio y de servicios como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 3.

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES

	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE
INDUSTRIA	Hasta 10	Desde 11 hasta 50	Desde 51 hasta 250	251 y mas
COMERCIO	Hasta 10	Desde 11 hasta 30	Desde 31 hasta 100	100 y mas
SERVICIOS	Hasta 10	Desde 11 hasta 50	Desde 51 hasta 100	100 y mas

Fuente: INEGI. Censos Económicos 2010. Anexo A.

En cuanto a su clasificación de ventas anuales netas, ver cuadro No. 4, las microempresas generan hasta cuatro millones de pesos quienes representan un papel importante en la actividad empresarial no solo por la generación de empleo, sino por el crecimiento económico y el impacto que representa en la economía.

El Diario Oficial de la Federación publicado el 30 de junio de 2009 establece que las ventas anuales de las microempresas se consideran hasta por 4 millones de pesos con un tope máximo combinado (resulta de tener el número máximo de trabajadores y ventas anuales de la empresa según su clasificación) tanto para empresas comerciales, industriales, o de servicios.

El siguiente cuadro muestra las ventas y empleos de acuerdo al tamaño de la empresa:

CUADRO 4.

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU NÚMERO DE EMPLEADOS Y VENTAS NETAS ANUALES

Tamaño	Número de empleados	Ventas netas anuales
		Millones de pesos
Micro	Hasta 10	Hasta \$4.00
Pequeñas	De 10 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100.00
Medianas	De 51 a 250	Desde \$100.01 hasta \$250.00
Grandes	251 y más	Más de \$250.00

Fuente: INEGI. Censos Económicos 2010. Anexo A.

Generalmente las mujeres tienden a enfocarse hacia “empresas más pequeñas (en términos de ingreso, número de empleados o beneficios) y a crecer menos rápido” (Cueto, 2008: 4) de bajo riesgo considerándolas como más seguras, son micro y pequeñas y se encuentran en sectores tradicionales, lo que requiere planes de empresa más sencillos y con menos cantidad de empleados.

Es importante señalar, que la microempresa además de generar empleos directos e indirectos y una derrama económica en el lugar donde se establece, es generadora de desarrollo local.

Las pequeñas empresas de mujeres son consideradas especialmente importantes para el tejido social de los países en vías de desarrollo, ya que las mujeres son más propensas a utilizar sus ingresos en la educación, la salud y el bienestar de sus familias y de sus comunidades.

La actividad empresarial de las mujeres es una tendencia que gana cada vez mayor reconocimiento en los círculos de políticas públicas, debido a que representa desarrollo y crecimiento económico, derivado del aumento de la participación de las mujeres en dicha actividad.

Las mujeres que emprenden una empresa muchas veces lo hacen aprovechando las oportunidades, generando su propio empleo, independencia, satisfacción, realización, reconocimiento que podría recibir, compatibilidad con los roles domésticos reproductivos, motivos suficientes si deciden insertarse en la actividad empresarial, confiando en el esfuerzo personal que las mujeres tienen que realizar para lograr establecer empresas exitosas.

Las mujeres que dirigen empresas deben ser consideradas como parte fundamental del entorno económico y social, los gobiernos deben fomentar al empresariado femenino a través de políticas y programas que impulsen a las mujeres a la creación y supervivencia de sus empresas, implementando estrategias que las ayuden a organizar, gestionar, simplificar y ahorrar esfuerzos para desarrollar sus actividades empresariales, motivándolas a incursionar en empresas con un alto potencial de crecimiento convirtiéndose en fuente de ingresos para las mujeres que deciden iniciar una empresa.

Con el paso del tiempo han cambiado las políticas dirigidas a las mujeres en la actividad empresarial, anteriormente la participación de las mujeres giraba en torno al apoyo de igualdad de condiciones, e inclusión de las mujeres a dicha actividad, actualmente la preocupación del gobierno es el desempleo, por lo cual, la participación de las mujeres resulta de gran importancia por la generación de empleo e impacto económico generado. Holeinka, *et. al.* (2016)

Después de analizar todo lo anterior, y haber concretado que la participación más recurrida de las mujeres emprendedoras se da dentro de las microempresas, resulta ahora necesario estudiar esta participación a detalle.

2.2. PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA MICROEMPRESA

Si bien el concepto de lo que hoy denominamos microempresa ha existido desde siempre, ha comenzado a tener identidad definida entre finales de los años setenta y comienzos de los ochenta, con el crecimiento potencial del sector informal. En general, el

micro emprendimiento es una modalidad de pequeña empresa que presenta ciertas características particulares que la tipifican en el marco amplio de las pequeñas unidades productivas. (Heller, 2010:29).

La microempresa, definida como una unidad económica a pequeña escala, no es un fenómeno nuevo. De acuerdo a Márquez y Van (1996:12), “la microempresa ha existido siempre, pero bajo otras denominaciones, tales como: taller artesanal, trabajo por cuenta propia, trabajo independiente, pequeños emprendimientos, microproductores o pequeña producción”.

“La mayoría de las definiciones son dinámicas y cambian con el tiempo, varían de país a país según los intereses y objetivos de las instituciones y personas que las elaboran y de acuerdo a las características económicas, políticas, culturales y sociales del medio particular en que se aplican”. (García de León, 2001: 37).

Márquez y Van, (1996: 19) establecen que “la mayor parte de estas unidades económicas se pueden clasificar en tres grandes grupos de acuerdo a su nivel de acumulación. Estos son: las microempresas de subsistencia, las microempresas de reproducción simple, y las microempresas con capacidad de acumulación ampliada.

Las microempresas de subsistencia, son aquellas que no tienen capacidad de ahorro, generan bajos ingresos, cuentan con escaso capital y tienden a una descapitalización continua. Se caracterizan por contar con establecimientos precarios, constituyen el principal sustento del dueño, utilizan principalmente el trabajo de familiares, y la mano de obra es poco calificada.

Las microempresas de reproducción simple, cuentan con mayor capital y generan ingresos más regulares; esto les permite generar un pequeño excedente para reproducir sus capacidades productivas, sin embargo, no logran generar una capacidad de ahorro importante.

Microempresa con capacidad de acumulación ampliada, es decir, aquellas que generan una capacidad de ahorro. Esta categoría se asocia en general a la PYME o al sector moderno de la microempresa. Sin embargo, tienen dificultades de acceso al sistema financiero, particularmente para realizar innovaciones tecnológicas y/o inversiones a mediano y largo plazo”.

Las microempresas en general funcionan a nivel local, con bajos niveles de capital y reducidos márgenes de ganancia. Son intensivas en mano de obra y están orientadas en su mayor parte a la satisfacción de necesidades materiales básicas de sus integrantes, Una de sus características más relevantes es que su patrimonio esencial está constituido por las capacidades de sus trabajadores quienes, por lo general, tienen baja calificación. (García de León, 2001)

En general, “las actividades micro-empresariales se alejan de las características propias de una empresa: son más informales, discontinuas, ligadas a la supervivencia, flexibles, con escaso reconocimiento público, cuentan con propósitos múltiples y cambiantes, están sujetas a procesos de declinación y cambio de actividad. En la mayoría de los casos, son empresas de pequeña escala, ubicadas en el ámbito urbano o rural, con bajo número de trabajadores, de naturaleza privada, de propiedad individual o asociativa, con escaso capital originado en ahorros personales o familiares”. (Heller, 2010: 30).

De acuerdo a la Encuesta Nacional sobre productividad y Competitividad de las Micro pequeñas y medianas Empresas (ENAPROCE) 2015, de 4,048,543, MyPimes (Micro, Pequeñas y Medianas empresas) el 60.1% pertenecen a la microempresa creen que el crédito es caro, así como el 51.3% que corresponden a Pyme, el 20.7% de las microempresas no pudo comprobar ingresos y el 52.2% no obtienen financiamiento debido a que no cuentan con garantía o aval, el 20. 7% no pudo comprobar ingresos y el 13.9% presenta un mal historial. (Entrepreneur, 2016) Lo cual, representa un gran reto la obtención de capital para emprender una microempresa en México.

“Las mujeres a cargo de microempresas presentan condiciones más difíciles que los hombres, pues sus actividades no sólo tienden a la informalidad y a generar menores recursos, sino que además su esperanza de sobrevivencia es más corta que otras actividades”. (Neira, 2011:392).

“En cuanto a los niveles de rentabilidad y montos de ventas, las microempresas lideradas por mujeres tienen niveles inferiores a los de los hombres, lo que es una expresión de su precariedad, e incide en su capacidad de acumulación y crecimiento. Esta diferencia se explica porque las mujeres dedican una menor jornada al trabajo de la microempresa, debido a que destinan una cantidad importante de tiempo a las responsabilidades domésticas, y tienen una mayor presencia en unidades de menor tamaño. Además, la menor rentabilidad de las mujeres está asociada a su concentración en pocos rubros, algunos de ellos con problemas de mercado, y a su bajo nivel educacional”. (Valenzuela y Venegas 2001: 44)

Valenzuela y Venegas (2001) establecen que la concentración de las microempresarias en los rubros comercio y servicios, tienen una fuerte presencia en oficios tradicionales, como confección y tejidos, elaboración de alimentos y algunas artesanías; planteando que, en general, corresponden a extensiones del trabajo doméstico.

Por lo general, “una microempresa con frecuencia es el único medio de que disponen las mujeres para obtener ingresos que les permitan garantizar su subsistencia y la de sus hijos”. (Carosio, 2004: 91).

Ante dichas circunstancias y dada la relevancia del emprendimiento de las mujeres en la microempresa, el gobierno se ha dado a la tarea de apoyar a las microempresarias a través de programas que fomentan la participación de las mujeres en la microempresa.

En 2001 se creó el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) que puso en marcha el Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2008-2012 y No Discriminación Contra las Mujeres (ProEquidad). El Inmujeres creó el portal

Emprendedoras y Empresarias (<http://empresarias.inmujeres.gob.mx/>) que ofrece información sobre la creación, desarrollo y consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas así como herramientas teóricas para orientar a las mujeres emprendedoras y empresarias hacia la profesionalización de sus proyectos productivos. Ofrece un directorio de empresarias mexicanas para formar redes de negocios. Por su parte, la Secretaría de Economía ha puesto en marcha dos programas diseñados para mujeres: el Fondo de Microfinanciamiento a Mujeres Rurales (Fommur) para el apoyo a proyectos; y el Programa "Impulso Productivo para la Mujer" del Fondo Nacional para la Empresa Social. (De la Mora, s.f.: 52)

Rivera-Huerta, *et. al.* (2016) En su investigación identificaron apoyos que el Gobierno Federal ofrece a la microempresa durante el año de 2014, a través de cinco dependencias: Instituto Nacional del emprendedor (INADEM), Banco Nacional del comercio Exterior (Bancomext), Nacional Financiera (NAFIN), Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), quienes brindan apoyos a través de capacitación, asesoría, incubación y financiamiento.

Como se puede observar los programas que se han diseñado para las microempresas que dirigen las mujeres permiten fomentar la actividad empresarial femenina siendo una parte fundamental para el crecimiento económico y la generación de fuentes de empleo con múltiples beneficios para la economía local, por lo cual es necesario que exista un mayor compromiso del gobierno en materia de política social de apoyo a las microempresarias.

Una vez que se ha presentado la participación de la mujer en la microempresa, es necesario determinar para efectos de esta investigación, cuales son las razones que las impulsan a las mujeres a convertirse en microempresarias.

2.3. RAZONES QUE IMPULSAN A LAS MUJERES A CONVERTIRSE EN MICROEMPRESARIAS

En México las razones que tienen las mujeres para emprender una microempresa se encuentran ligadas a una necesidad económica y visualizan una oportunidad en el mercado de competir ya que pueden tener alguna habilidad o experiencia que les permita incursionar a la actividad empresarial, tras la búsqueda de una mejor remuneración así como como el logro de independencia, flexibilidad de horarios para combinar familia y compromisos de trabajo y asegurar la subsistencia de la familia.

“Estudios de campo realizados en Argentina, Venezuela y Chile demuestran que la mayoría de las microempresarias destacan su satisfacción por la realización profesional y el logro de autonomía, además de valorar el estímulo de la familia y de su compañero o esposo como factor clave para desarrollarse como empresarias. A través de su labor las mujeres aumentan su autoestima y logran visibilidad y empoderamiento social, debido al mayor control sobre su vida en las esferas social y económica”. (Carosio 2004: 101).

El Instituto Nacional de las Mujeres (2006) establece los principales motivos que han influido para que las mujeres puedan iniciar su actividad como empresarias son: La necesidad de obtener ingresos propios representa el 42.4%, independencia y deseo de un negocio propio 41.8%, el gusto por el ramo de su empresa 28.2%, la búsqueda de superación 26.%, pérdida de empleo 15.8%, negocio familiar 3.4%, como se puede observar se debe a un proceso multicausal el hecho de que las mujeres se incorporen a la actividad empresarial en México.

Una razón que motiva a las mujeres a emprender una microempresa es por la falta de empleo y a las bajas remuneraciones que prevalecen en los mercados formales de trabajo además de la discriminación que enfrentan, “concentrándose en un corto número de ocupaciones, varias estrechamente ligadas a brindar servicios “femeninos” (de salud, educación, limpieza), en general en posiciones de menor prestigio y con menores remuneraciones que los varones, quienes a su vez tienen acceso a una gama muy amplia de

actividades y también a toda la gama de la jerarquía, desde la más baja hasta la más elevada.” (Wainerman, 2003: 11).

De acuerdo a los estudios realizados por Zabłudovsky (2001), la mayoría de las mujeres se insertan en las actividades empresariales de manera paulatina; muchas lo hacen debido a una situación repentina, como la pérdida de empleo, enfermedad o muerte de los progenitores viudez o divorcio, o cambio de trabajo, siendo una respuesta a la ausencia de ingreso de muchas jefas de familia.

También influye en la toma de decisiones de las mujeres para convertirse en microempresarias, la migración interna e internacional de sus cónyuges buscando la manera de satisfacer las necesidades de su hogar.

“Las mujeres tienden a dedicarse más a las pequeñas empresas optan por fundar una pequeña empresa como una fuente de buscar otra opción frente a las limitaciones con las que se encuentra para ingresar y permanecer dentro de la fuerza de trabajo”. (Zabłudovsky, 1993:7).

“Las razones que argumentan las mujeres para iniciarse en dichas actividades: la necesidad de independencia al desempeñar su trabajo, la frustración ante la desigualdad que enfrentan en su carrera profesional y la falta de un trabajo con flexibilidad de horario que les permita atender sus actividades domésticas”. (Hernández, 2010:54).

“Debido a que las responsabilidades domésticas y de cuidados, que continúan recayendo fundamentalmente en las mujeres, limitan los tipos de trabajo a los que estas pueden acceder”. (ONU Mujeres, 2016:595)

Generalmente las mujeres ven su decisión de crear un negocio no como una profesión, sino como una estrategia de vida (Buttner y Moore 1997). Lo que les ha supuesto cambios importantes en sus vidas y les ha permitido salir del hogar para encontrarse con otros agentes sociales e impulsar soluciones a sus necesidades, resolver problemas nuevos

entre los aspectos más relevantes. Todo esto les ha hecho ganar seguridad y autoconfianza, tener un protagonismo en la comunidad, realizar un aporte económico en su familia, sentirse importantes. En el rol empresarial, la autonomía del individuo tiene más posibilidades de desarrollo, difíciles de encontrar en otros trabajos y ocupaciones, sin querer decir que sólo aquí es posible realizarse. Buttner, H. y Moore, D. (1997a)

Cuanto mayores sean los rendimientos de todo tipo (satisfacción, realización, independencia, poder, dinero, reconocimiento, empleo, promoción, etcétera) que el empresario potencial estime podrá recibir si se decide a iniciar una actividad empresarial en comparación con otras actividades laborales alternativas, mayor será su preferencia por esta actividad y más positiva su actitud hacia la misma. Estos rendimientos serán valorados de forma diferente dependiendo de cuáles sean los motivos que le induce a decantarse por esta actividad. (Toribio, et. al. 2003).

Una de las características que más sobresale de la personalidad de las mujeres empresarias es la necesidad de independencia al deseo de tener autonomía y tomar sus propias decisiones (Cassar, 2007; Goffee y Scase, 1985; Moore y Buttner, 1997; Wilson *et al.*, 2004).

Durante el proceso de creación y desarrollo de sus negocios, las mujeres van adquiriendo competencias comerciales, técnicas y gerenciales, van generando autonomía, y autoconfianza lo que les permite incrementar su habilidad de negociación y de mando, estas habilidades se reflejan en su vida diaria dentro y fuera del trabajo.

Adicionalmente, también es importante considerar que “las mujeres tienden a dedicarse más a las pequeñas empresas, optan por fundar una pequeña empresa como una fuente de buscar otra opción frente a las limitaciones con las que se encuentra para ingresar y permanecer dentro de la fuerza de trabajo”. (Zabludovsky 1993: 7).

La falta de oportunidades así como la brecha salarial en el mercado laboral lleva a las mujeres a emprender microempresas en lugar de otras opciones de trabajo y tener la posibilidad de llegar a ser empresarias exitosas.

Como lo establecen Amarís et. al. (2015: 561), “las microempresas son una fuente de ingresos, generan empleo ante la ausencia de puestos de trabajo, un aspecto importante en este tipo de negocio radica en la motivación de los microempresarios para su creación”.

Las MIPYMES de mujeres se ubican sobre todo en el sector servicios donde se requiere una inversión menor, cuentan con un escaso acceso a financiamiento para iniciar su negocio o para poder crecer, y enfrentan deficiencias estructurales de capacitación para la gestión y administración de su propia empresa.

Recapitulando, hasta este momento hemos analizado la actividad empresarial de la mujer en México, encontrando su especial participación en la microempresa, y hemos también analizado las diferentes motivaciones que la llevan a desarrollarse en este ámbito, participando por necesidad y por oportunidad, adquiriendo independencia y la capacidad de poder organizar su tiempo para combinarlo con actividades principalmente dentro de sus hogares; por lo que ahora es oportuno estudiar cuales son los obstáculos que se enfrentan dentro del desarrollo de su actividad diaria como microempresarias.

2.4. OBSTÁCULOS QUE ENFRENTAN LAS MICROEMPRESARIAS EN MÉXICO

La participación de las mujeres en el ámbito empresarial requiere de un enfoque particular para identificar sus desafíos y con ello generar un espacio de competencia equitativa entre las empresas dirigidas por mujeres.

Desde su nacimiento, la microempresa femenina surge, salvo calificadas excepciones con expectativas diferentes a las del hombre. Muchas mujeres impulsan sus microempresas por diferentes circunstancias socioeconómicas que enfrentan, con

mentalidad cortoplacista, influida por factores culturales de dependencia y subordinación que han enfrentado.

Así, “la concepción que ella tiene de la actividad es muy distinta al hombre, quien al crear su actividad, por lo general piensa en grande, con mayor agresividad, sin o con muy poca consulta y grandes expectativas para su crecimiento, contrario a la mujer quien por lo general, inicia la actividad con carácter transitorio como respuesta a una crisis económica familiar, por lo tanto es más voluble y aunque ésta crezca sigue pensando en pequeño”. (Rodríguez 1998: 6).

En nuestro país persisten muchos obstáculos de tipo cultural que limitan el acceso a de las mujeres a las oportunidades de desarrollo personal y empresarial, de acuerdo con algunas investigaciones realizadas por Nacional Financiera (2005) es necesario considerar algunos aspectos entre los cuales se encuentran los siguientes:

Obstáculos reales

1. El nivel de escolaridad.
2. Falta de recursos económicos.
3. No contar con un patrimonio propio para respaldar una operación.
4. La ausencia de capacitación y experiencia laboral.
5. El tiempo que demanda el trabajo doméstico y el cuidado de los hijos, por lo cual se descuida el negocio.
6. La falta de libertad para trasladarse de un lugar a otro (su pareja no les da permiso).

Obstáculos simbólicos

1. Visión prejuiciosa del papel de la mujer como madre y ama de casa, por lo que cualquier actividad fuera de esa visión produce sentimientos de culpa.
2. Falta de auto-reconocimiento.
3. Baja autoestima.
4. Falta de seguridad para tomar sus propias decisiones.

5. Dependencia emocional.
6. Temor al fracaso.
7. Falta de apoyo en la pareja o de la familia para desarrollar e impulsar su empresa.

Dichos obstáculos frenan la actividad empresarial femenina en nuestro país, es importante señalar, que generalmente las mujeres tienen empresas más pequeñas y debido a ello sus negocios no alcanzan altos niveles de rendimiento en términos de volúmenes e incremento de facturación, tienen una menor tasa de supervivencia y crecimiento en comparación con las empresas lideradas por varones.

A las empresarias les falta capacitación para elaborar estudios de mercado, planes de negocios, proyectos de inversión, solicitar financiamiento, realizar trámites, elaborar estudios de mercado y formular estrategias de venta, administrar su empresa, finanzas sanas, manejar personal, controlar procesos productivos, innovar, aplicar tecnología, establecer vínculos y redes estratégicas, así como desarrollar tácticas de crecimiento y consolidación, entre otros aspectos.

“Las empresarias no invierten en capacitación porque asumen que es cara, porque la generalidad no logra detectar los saberes que le faltan y les ayudarían a consolidar su empresa, porque no tiene una idea clara de dónde capacitarse, les falta información, y las estrategias de los gobiernos para atender esa necesidad son insuficientes”. (Amezcuca y Chavez, 2011: 237)

Resulta indispensable que el gobierno difunda los programas que son dirigidos a las mujeres que emprenden microempresas y de a conocer los apoyos que las motiven a solicitarlos y sean beneficiadas, debido a que este tipo de empresas suelen tener bajos márgenes de utilidad o escasas posibilidades de crecimiento ya que enfrentan una fuerte competencia.

La familia puede resultar un obstáculo para aquellas mujeres que deciden emprender una microempresa por a las responsabilidades que tiene que asumir, lo que les impide dedicar tiempo a sus empresas, así como a invertir una mayor parte de las ganancias provenientes de sus empresas en gastos del hogar y de sus hijos quedando menos dinero para reinvertir en sus negocios.

En general, las microempresas de mujeres presentan un menor reconocimiento público, se encuentran sujetas a cambios de actividad debido a la supervivencia y crecimiento de la microempresa asociada al escaso capital con el que inician, originado por ahorros personales o prestamos de familiares, muchas de ellas se encuentran en la informalidad y su mercado es principalmente local.

Todas estas circunstancias son cruciales para el desarrollo de la microempresaria femenina, y explican en gran medida las razones por la cuales concluimos en apartados anteriores que las empresas lideradas por mujeres tienen grandes dificultades para crecer y desarrollarse productivamente, por lo que se mantienen como microempresas y muchas veces tienden a fracasar.

Por lo que ahora es pertinente puntualizar los principales retos que enfrentan las microempresarias en México, para desarrollar su actividad de manera óptima.

2.5. PRINCIPALES RETOS QUE TIENEN QUE AFRONTAR LAS MICROEMPRESARIAS EN MÉXICO

Las mujeres que emprenden microempresas tienen que enfrentar una serie de retos que les permita permanecer en el mercado y continuar operando sus empresas.

El reto que representa el conciliar el cuidado de los hijos y la responsabilidad del hogar si se es casada, divorciada, separada, viuda o madre soltera, lo que muchas veces frena el crecimiento de la empresa principalmente para aquellas que tienen hijos pequeños, hacerse cargo de otras tareas que socialmente se le han consignado como atender enfermos

y cuidado de los padres o adultos mayores, pues muchas de ellas incursionan en las microempresas porque necesitan flexibilidad de horarios y porque hay discriminación en el trabajo remunerado. Otro reto que resulta vital es el que se encuentra relacionado con temas de administración de empresas para poder ser más competitivas.

Considerando los enormes retos que representa ser empresaria es necesario contar con preparación formal y actualizada para mejorar su calidad de vida personal, familiar y empresarial. Nacional Financiera (2005) establece que existen aspectos que deben mejorar entre los cuales destacan:

Producción

- 1) Maquinaria y procesos tecnológicos obsoletos.
- 2) Carencia de sistemas y equipos de control de calidad.
- 3) Producción discontinua y costos elevados.
- 4) Carencia de herramientas para la organización de trabajo.
- 5) Bajos índices de productividad.
- 6) Falta de controles de producción.
- 7) Desconocimiento de cómo responder a las exigencias de calidad de los productos.
- 8) Desconocimiento de la normatividad ambiental.
- 9) Desconocimiento de la cadena productiva a la que pertenece.

Dirección

- 1) Falta de estructura de organización.
- 2) Ausencia de planeación y estrategia.
- 3) Consideraciones familiares por encima de las decisiones empresariales.
- 4) Limitada capacidad de negociación.
- 5) Reducida capacidad para la administración.
- 6) Preferencia natural hacia la acción individual.
- 7) Resistencia al cambio y a la expansión.
- 8) Imprecisión en la asignación de responsabilidades.

- 9) Falta de habilidades para el trabajo en equipo.
- 10) Limitada capacidad para el manejo y solución de conflictos internos.

Contabilidad y finanzas

- 1) Falta de controles de inventarios.
- 2) Inexistencia de registros contables.
- 3) Desconocimiento para integrar costos, gastos, utilidades o pérdidas.
- 4) Ausencia de criterios de productividad y rentabilidad.
- 5) Incumplimiento de obligaciones fiscales.
- 6) Falta de liquidez.
- 7) Carencia de estructura legal.
- 8) Falta de seguridad social para propietarios y empleados.

Aspectos que resultan vitales para las microempresarias que pretenden permanecer en el mercado como la necesidad de tener una preparación formal, actualizada, compromiso, responsabilidad asumiendo riesgos, así como esfuerzos necesarios para llevar una microempresa adelante, ya que muchas veces tienen largas jornadas de trabajo debido a la falta de capital para contratar mano de obra.

Un reto que tienen que afrontar no solamente las mujeres es el acceso a crédito debido a la escasa información sobre el financiamiento además de la dificultad que representa cumplir con todos los requisitos solicitados.

Es un hecho que las mujeres siguen teniendo mayor dificultad en conseguir acceso a crédito, lo que limita mucho su capacidad de crecimiento y desempeño. “En países como México, donde la cultura sigue siendo tradicionalista y de roles establecidos, cada vez hay más mujeres que terminan estudios superiores, pero siguen teniendo funciones de soporte familiar y de cuidado de los hijos, lo que les impide adquirir experiencia suficiente para operar un negocio de forma exitosa”. (Elizundia, 2015: 469-472)

Otro aspecto que preocupa a las mujeres empresarias en México es la necesidad de entrenamiento formal en temas relacionados con la administración de empresas lo que les brinda la oportunidad de ser más competitivas en sus empresas. Sin embargo, como se mencionó antes, la multiplicidad de roles en la empresa y la familia limitan el tiempo disponible para capacitarse, lo cual repercute en el desarrollo de rutinas que no ayudan a simplificar y a ahorrar esfuerzos.

Otros estudios han señalado que “las mujeres deben afrontar más dificultades que los hombres a la hora de establecer su negocio, como son la obtención de capitales, adquirir la formación necesaria, hacer frente a la resistencia de los parientes, amigos y familia, condicionantes culturales y de discriminación social”. (Sáinz, 2007:59).

Es a partir de todo el análisis realizado en este capítulo que se puede observar un cúmulo de rasgos comunes de las mujeres empresarias, desde el tamaño de sus empresas, hasta el giro al cual están dedicadas, así como obstáculos y retos comunes que enfrentan con motivo del género, esto es independientemente de los retos tradicionales que tienen todas las empresas.

A partir de lo anterior, resulta importante derivar este conocimiento, en la construcción de un perfil de mujer empresaria.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presentaran las características del lugar de estudio, así como el planteamiento metodológico que se desarrolló a partir de una investigación de corte cuantitativo de tipo transversal empleando cuestionarios, mostrando el procedimiento empleado en la recopilación de la información así como la sistematización de los datos, siendo indispensable la construcción de una propuesta metodológica que se divide en cinco secciones, la primera describe aspectos sociodemográficos y características personales de las empresarias, la segunda presenta las características, habilidades y motivaciones, la tercera muestra el emprendimiento exitoso o no exitoso, la quinta sección cierra con la identificación de posesión de la microempresa.

Es importante señalar, que conocer los aspectos metodológicos de una investigación permite una mejor interpretación de los resultados obtenidos, los cuales se desarrollan con base en la revisión de la literatura.

3.1. DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO DE TOLUCA

El Municipio de Toluca es el lugar en donde se ubica la población objetivo de esta investigación y forma parte de uno de los municipios del estado de México, dicho estado se ubica en la región centro del país como se muestra en el Mapa No. 1.



Fuente: Google Maps.

<https://www.google.com.mx/search?q=mapas+del+estado+de+mexico&biw=1366&bih=643&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=-WeVVZLjMSfsAXYyaPQDQ&sqi=2&ved=0CCEQsAQ>

De acuerdo a cifras emitidas por parte del INEGI hasta el primer trimestre del 2014 (enero-marzo), la población total del país es de 119, 224,847 habitantes, de los cuales, 57, 734,965 son hombres, lo que equivale al 48.4% de la población total y 61, 489,882 son mujeres, lo que es igual al 51.6% de la población total. Ver gráfica No. 3. La población ocupada en México durante el tercer trimestre de 2014 representó el 94.8% de la PEA, ubicándose en el sector terciario con el 61% de la población ocupada en donde la mayor parte se concentra en el sector servicios y comercio, 24.4% se encuentra en el sector secundario y 14.0% en el sector primario.

Por su ubicación geográfica el Estado de México colinda al norte con los estados de Querétaro e Hidalgo, al sur con los estados de Guerrero y Morelos, al este con los estados de Tlaxcala y Puebla, y al oeste con los estados de Guerrero y Michoacán, tiene frontera con el Distrito Federal quien a su vez envuelve al territorio mexiquense en su parte norte, este y oeste; convirtiéndolo en uno de los centros económicos más dinámicos y de atracción de población más grandes de la República Mexicana. En el mapa No. 2 muestra los límites territoriales del Estado de México.

MAPA No.2
ESTADO DE MÉXICO



Fuente: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, [INEGI]. <http://www.inegi.gob.mx/entidades/espanol/fedomex.html>.

El estado de México cuenta con un total de 16, 524,389 habitantes, de los cuales 8, 015,770 son hombres, lo que equivale al 48.5%, y 8, 508,619 son mujeres, lo que representa el 51.5% de la población del estado. Como se muestra en la gráfica No. 3.

El estado de México tiene como capital a la Ciudad de Toluca de Lerdo, que forma parte del municipio de Toluca, como se muestra en el mapa No. 3 y se localiza en la zona centro del estado de México, a 67 kilómetros de la ciudad de México, en promedio la altura del municipio es de 2,600 metros sobre el nivel del mar, está integrada por una cabecera municipal, que es la ciudad de Toluca, con una superficie de 420.14 kilómetros cuadrados.

MAPA No.3

LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE TOLUCA



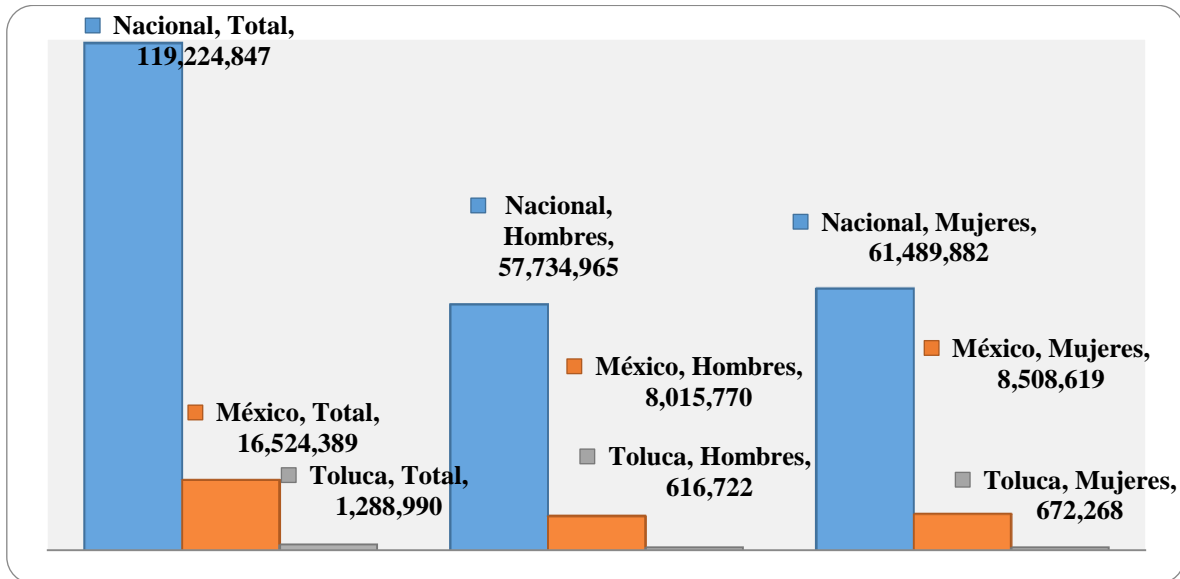
Fuente: H. Ayuntamiento de Toluca- Municipio Toluca 2016. [Sitio Web Oficial. www.toluca.gob.mx](http://www.toluca.gob.mx)

Para efectos de su gobierno interior, el municipio de Toluca se divide en 24 delegaciones, 32 subdelegaciones, en 98 barrios 49 colonias y 10 fraccionamientos, lugar donde se desarrollará el estudio de caso.

En el municipio de Toluca, se registran 1, 288,990 habitantes, de los cuales 616,722 son hombres, siendo 47.9% de la población, y 672,268 son mujeres, con 52.1% respectivamente. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRFICA NO. 3

POBLACION TOTAL MEXICO, ESTADO DE MÉXICO Y MUNICIPIO DE TOLUCA



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Primer trimestre 2014

Los niveles de concentración de la población en el estado de México así como en el municipio de Toluca se deben al equipamiento, servicios e infraestructura que satisfacen las necesidades de empleo, educación, salud, abasto y recreación entre otras, así como por el dinamismo de las actividades industriales y comerciales.

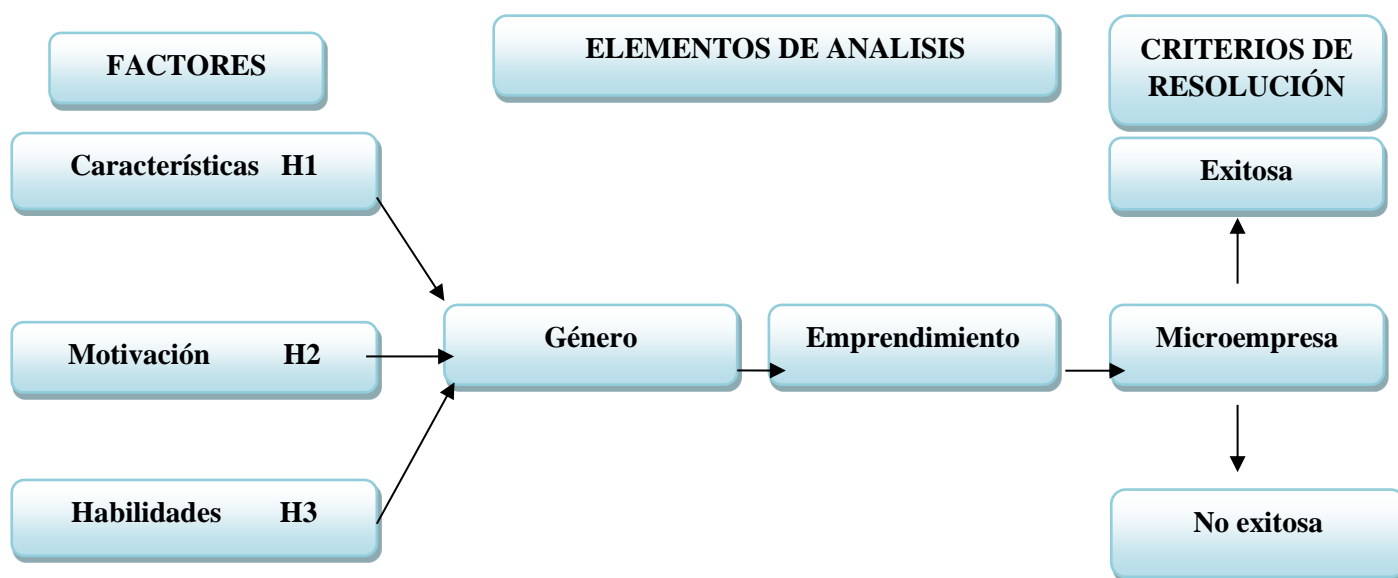
Es importante señalar, que solamente se considera al municipio de Toluca para realizar el estudio porque no se cuenta con recursos para llevar a cabo una investigación más amplia, ya que difícilmente una estudiante de doctorado con sus propios recursos podría llevarla a cabo, siendo esta una limitación que presenta la investigación, el estudio podría tomar otro giro si se basara en información publicada por las instancias que se encargan de emitir datos y cifras como las Cámaras de Comercio, Encuestas, Censos o Instituciones relacionadas con el tema de la investigación.

Una vez conocida la ubicación del municipio de Toluca lugar donde realizará la investigación se pretende dar respuesta al siguiente cuestionamiento: ¿Cuáles son las características, habilidades o motivos, que llevan a la mujer a emprender una

microempresa exitosa en el sector de alimentos y bebidas? Con el objetivo Identificar las características personales de las mujeres, relaciones familiares, así como la motivación y habilidades aplicadas a la tecnología, administración, organización, las finanzas, mercadotecnia, recursos humanos, obligaciones fiscales y legales, conocimientos mínimos para emprender una microempresa exitosa en el subsector de venta de alimentos y bebidas. A partir de este objetivo se plantean las variables y los constructos que se encuentran afines con el tema del perfil de la mujer emprendedora en la microempresa en la siguiente figura:

Figura No. 4

CONSTRUCTOS DEL PERFIL DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN LA MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia

Cada constructo será abordado en las siguientes hipótesis de trabajo y forman parte de las preguntas del cuestionario, que servirán para determinar el perfil de la mujer emprendedora en la microempresa.

Las hipótesis dependen del marco teórico así como de los objetivos de la investigación, formuladas con base al estudio del arte. Se establece una hipótesis general y

se derivan tres hipótesis específicas, considerando los constructos que se encuentran en la figura No. 4.

Hipótesis General:

Ha: Las características, habilidades o motivación, permiten conocer el perfil de las mujeres al emprender microempresas exitosas en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

Entendiéndose como factores en este trabajo las características, habilidades y motivación.

Hipótesis Específicas:

H1s: Las características personales de la mujer influyen positivamente para llegar a ser una microempresaria exitosa.

Entendiéndose como características, el sentido de oportunidad, capacidad de liderazgo, necesidad de logro, riesgos, factores que presentan las mujeres emprendedoras exitosas.

H2s: La motivación de la mujer, influye positivamente para llegar a ser una microempresaria exitosa.

Entendiéndose como motivación, la necesidad de independencia, recompensa económica, administrar su tiempo, el reconocimiento social, factores que las hacen más exitosas.

H3s: Las habilidades empresariales de la mujer, influyen positivamente para llegar a ser una microempresaria exitosa.

Entendiéndose como habilidades, las competencias, conocimientos, experiencia técnica, actitudes, factores que deben tener las mujeres para lograr un emprendimiento exitoso.

La verificación o refutación de estas hipótesis permitirá determinar el perfil de la mujer, clave para asegurar el éxito en la microempresa.

ELEMENTOS DE ANALISIS

Entendiéndose que las mujeres que emprenden una microempresa tienen grandes deseos de crecer y consolidar sus empresas de acuerdo a las características, habilidades y motivación, quienes presentan un perfil para llegar a ser empresarias exitosas.

CRITERIOS DE RESOLUCIÓN

Entendiéndose como éxito aquellas empresas que cumplan con las siguientes condiciones o criterios en esta investigación:

- Microempresas: De acuerdo al tamaño emplean entre 1 y 10 personas¹.
- Con más de dos años establecidas.²

3.2. METODOLOGÍA CUANTITATIVA

Una investigación debe tener claro el método a seguir para llevarla a cabo, los métodos cualitativos aportan conocimiento a los métodos cuantitativos, aunque existe la limitación de los métodos cualitativos para generalizar.

En la actualidad, las Ciencias Sociales tienen diferentes técnicas y métodos como instrumentos de análisis, situación que propicia controversias, ya que la investigación

¹Diario Oficial de la Federación, 30 de Diciembre de 2009. Clasificación de acuerdo al número de empleados.

² Empresar México señala que las Pymes desaparecen antes de los dos años porque no son rentables y en América Latina algunas estadísticas de diferentes países coinciden que entre el 70 y 80% cierran antes de cumplir un año de vida y de las que sobreviven menos del 70% alcanzan los 5 años de vida.

puede tornarse de tipo cuantitativo o cualitativo.

“Cuantitativo = Números-Exterior-Explicación Facticidad ... Cualitativo = Palabras-Interior –Comprensión –Virtualidad” (Dávila, 1999: 61)

Tenemos que elegir entre cualidad o cantidad, y esto nos lleva a decidir el carácter desde el cual se aborda esta investigación, siendo de tipo cuantitativo.

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio, producto de mediciones que se derivan de objetivos, preguntas de investigación, hipótesis y de variables, utilizando métodos estadísticos para extraer conclusiones.

El método puede ser deductivo partiendo de lo general a lo particular o inductivo de lo particular a lo general. Independientemente del método que se decida utilizar debe tomarse en cuenta la distribución territorial, tamaño de la población, estudios existentes, factibilidad de operación, para llevar a cabo la investigación.

El diseño de esta investigación es de tipo transeccional o transversal porque “se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir la variable y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Hernández *et.al.*, 2014: 154) utilizando el método deductivo debido a que se utilizará para inferir de lo general a lo específico el perfil de las microempresarias, presentando información cuantitativa de las características sociodemográficas según la edad, el sexo, estado civil y los atributos socioeconómicos de las mujeres emprendedoras, habilidades que presentan, así como los motivos que las impulsan a emprender una microempresa en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

Las características comunes que identifican a las microempresas que conforman el estudio de caso son las siguientes:

- Microempresas dirigidas por mujeres.³
- Tamaño: Emplean entre 1 y 10 personas⁴.
- Giro: Servicio de preparación y venta de alimentos y bebidas.⁵
- Con licencia para trabajar de manera regular por parte del H. Ayuntamiento de Toluca.⁶

Dichos criterios se relacionan con el número de trabajadores, giro, legalidad, régimen jurídico, de microempresas dirigidas por mujeres, lo que permitirá la valoración del objeto de estudio en términos de lo cuantificable, siendo una aportación interesante desde la perspectiva académica como en la práctica empresarial, debido a que las microempresas son de gran relevancia en la estructura productiva de nuestro país, en este estudio se excluyen aquellas microempresas que no cumplen con los criterios mencionados.

Para contar con información oficial, fue solicitada a la Dirección General de Desarrollo Económico y Regulación del Comercio del H. Ayuntamiento de Toluca, que sirvió para desarrollar el trabajo de investigación, debido a que resultó fundamental la información proporcionada, como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA NO. 5
MICROEMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE MUJERES EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA.

GIRO O ACTIVIDAD	TOTAL DE MICROEMPRESAS	MUJERES PROPIETARIAS
COCINA ECONOMICA CON VENTA DE CERVEZA	169	94
COCINA ECONOMICA SIN VENTA DE CERVEZA	257	182
FUENTE DE SODAS	224	103

³Se considera a mujeres que emprendieron su empresa siendo propietarias o dueñas de la mayor parte de la propiedad, las que la dirigen.

⁴Diario Oficial de la Federación, 30 de Diciembre de 2009. Clasificación de acuerdo al número de empleados.

⁵Clasificación emitida por Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el servicio de preparación y venta de alimentos y bebidas, se clasifica en el grupo 630, en donde encontramos a los restaurantes, bares y otros establecimientos con servicios de preparación de alimentos y bebidas con clave 6301 y comprende: Restaurantes, cafés, fondas, taquerías, refresquerías, fuente de sodas, loncherías, ostionerías, cantinas, bares, cervecerías, pulquerías y otros establecimientos que prestan servicios de alimentación, como: Cocinas económicas, preparación de alimentos para líneas aéreas, trenes, autobuses, empresas, escuelas y banquetes para fiestas y reuniones. Incluye rosticerías, establecimientos que preparan y venden barbacoa, birria, carnitas y chicharrón, gorditas de maíz y quesadillas, pizzerías, etcétera. Incluye los salones para fiestas que prestan el servicio de banquetes.

⁶ La licencia se extiende por parte del H. Ayuntamiento de Toluca, si se cumple con el permiso sanitario y la constancia sobre las buenas prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos y licencia de uso de suelo.

FUENTE DE SODAS CON CERVEZA	51	15
LONCHERIA SIN CERVEZA	194	114
LONCHERIA CON CERVEZA	161	79
TAQUERIA SIN CERVEZA	186	76
TAQUERIA CON CERVEZA	211	73
ELABORACIÓN Y VENTA DE PIZZAS	8	4
ELABORACIÓN Y VENTA DE PIZZAS CON CERVEZAS	2	0
RESTAURANTE	35	15
SERVICIO DE OSTIONERIA Y PREPARACIÓN DE MARISCOS	57	24
RESTAURANTE Y/O CAFETERIA C/CERVEZA Y VINOS	56	17
ALIMENTOS CON VENTA DE CERVEZA	75	30
ALIMENTOS ENVASADOS (COSERVAS, ALMIBAR)	2	1
ANTOJITOS MEXICANOS	85	45
CAFETERIA	75	34
ROSTICERIA	121	50
POLLOS AL CARBON CON VENTA DE CERVEZA	7	3
TOTAL	1976	959

Fuente: Dirección General de Desarrollo Económico y Regulación del Comercio del H. Ayuntamiento de Toluca.

Esta información sirvió para determinar el número de cuestionarios que se aplicaron considerando los objetivos que se pretendían alcanzar en la investigación, contando con la ubicación proporcionada de las microempresas para la aplicación de los cuestionarios.

El cuestionario es un instrumento utilizado para reunir datos de la muestra de mujeres que emprenden una microempresa el cual, sirvió para generalizar datos que muestran la percepción y el comportamiento de estas mujeres.

El diseño del cuestionario se estructuró de acuerdo a las características de la población a la que se dirige el estudio, lo que permite evaluar la solidez de las medidas de percepción utilizadas, se tomó como base la investigación realizada por el Instituto Nacional de las Mujeres (2006) en donde se muestran los principales motivos que han influido para que las mujeres puedan iniciar su actividad como empresarias, así como la

investigación de Zabłudovsky (1991), "Mujer, empresa y familia" que se relacionan con el tema de género y empresa.

El cuestionario que se diseñó para esta investigación (Ver anexo No. 1) contiene un total de 31 preguntas que responderán a los objetivos del modelo propuesto, se agruparon de acuerdo a un mismo factor a analizar repartidas en cinco secciones:

SECCIÓN A

En esta sección se integran preguntas de:

Emprendimiento femenino (identifica aspectos sociodemográficos y características personales de las empresarias).

SECCIÓN B

En esta sección se encontraran preguntas de:

Características, habilidades y motivaciones desde la perspectiva del emprendimiento femenino.

SECCIÓN C

Esta sección establecen preguntas de:

Emprendimiento exitoso o no exitoso

SECCIÓN D

Esta es la última sección del cuestionario se plantean preguntas de:

Apoyo al emprendimiento femenino

SECCIÓN E

Se abordan preguntas:

Desde la perspectiva de género y posesión de la microempresa

Como se muestra en el Anexo No. 2, la información recabada permitirá determinar el perfil de las microempresarias encuestadas y se podrá establecer la relación entre alguna

característica general de las microempresarias exitosas y las conclusiones de la investigación.

El cuestionario permitió recabar información cuantitativa, este instrumento consideró los factores a analizar bajo la escala Likert, (de 1 a 5, donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente sí.), Hinkin, (1995) establece que la escala más utilizada es la escala Likert-5, debido a que es la que aporta más fiabilidad, dicha escala, mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares, estableciendo el nivel de acuerdo o desacuerdo. (Sánchez, 1998).

Las escalas de medida evaluaron la fiabilidad, la validez y la dimensionalidad, Villa, (2000) establece que la fiabilidad de la escala revela que todos los ítems que se están preguntando miden la misma variable latente.

La validez permite verificar que el objeto de la investigación se está midiendo satisfactoriamente esto es, lo observado así como la correlación de las hipótesis. Por su parte la dimensionalidad determina que la estructura factorial con la que ha sido construida la variable latente sea correcta.

Una vez que se construyó el cuestionario se llevó a cabo el levantamiento de una encuesta piloto durante el mes de abril del año 2013 (misma donde se realizó la investigación final: Municipio de Toluca), o pre-test que ha permitido detectar y modificar posibles errores (Miquel et al., 1997). Aplicando 25 cuestionarios que sirvieron para efectuar las modificaciones pertinentes a las preguntas las cuales estuvieron relacionadas con duplicidad de información o redacción, realizando los cambios pertinentes para obtener la información necesaria tomando en consideración los objetivos establecidos en la investigación. Haciendo hincapié en el anonimato y la confidencialidad de la información que aportaron (Es importante señalar que actualmente nuestro país atraviesa por una situación difícil de violencia e inseguridad, que impide el acceso a información que podría considerarse delicada), elaborando preguntas que no perturbaran a las encuestadas, utilizando vocabulario sencillo adaptado a la población estudiada (microempresarias) para

hacer más comprensible el instrumento. No incluyendo preguntas relacionadas con ventas y ganancias ya que difícilmente proporcionarían este tipo de información y esto generaría un rechazo para contestar el cuestionario. Con un total de 31 preguntas divididas en cinco secciones. La encuesta se desarrolló de junio a noviembre de 2013.

3.3. METODOLOGÍA PARA DETERMINAR LA MUESTRA

Con el fin de alcanzar el objetivo y responder a la pregunta de investigación, surge la siguiente interrogante cuál será el muestreo que se aplicará en la investigación, debido a que aplicar cualquier método de encuesta por muestreo, radica en hacer una inferencia estadística acerca de la población con base en los datos obtenidos a través de la muestra.

Asimismo, las razones que llevan al investigador a aplicar una encuesta y no un censo son diversas y entre ellas resaltan las cuestiones de los costos. La realización de un censo, cuando la población objetivo es muy grande, resulta ser por demás costosa, mientras que el diseño de una encuesta por muestreo es más barato. Otra razón de peso radica en el hecho de que un levantamiento censal implica más tiempo, que en muchas ocasiones es apremiante para el titular de la investigación.

Entre los métodos existentes para diseñar encuestas por medio de muestreo, destacan por su importancia y utilización, el irrestricto aleatorio, el aleatorio estratificado, por conglomerados y el sistemático. La diferencia central entre los cuatro métodos mencionados estriba en la forma de aplicación derivada del tipo de población sobre la cual habrá de aplicarse la encuesta por muestreo.

Independientemente del método que el investigador decida utilizar para el diseño de su encuesta por muestreo, debe tomar en cuenta factores tales como la distribución territorial, factibilidad de operación, tamaño de la población e información y/o estudios existentes sobre ella.

Para la presente investigación el diseño de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo aleatorio estratificado debido a que todas las partes integrantes de la población queden representadas dentro de ella, para garantizar así que la inferencia estadística derivada sea lo más certera posible.

“Una muestra aleatoria estratificada es la obtenida mediante la separación de los elementos de la población en grupos que no presenten traslapes, llamados estratos y la selección posterior de una muestra irrestricta aleatoria simple de cada estrato”. (Mendenhall, 1987:78)

De acuerdo a las características de la información obtenida, el muestreo aleatorio estratificado es el idóneo para determinar el número de cuestionarios a aplicar y con ello recolectar la información para poder determinar el perfil de la mujer emprendedora exitosa en la microempresa para el caso del subsector de venta de alimentos y bebidas en el municipio de Toluca.

En la siguiente tabla se presenta el número de cuestionarios por giro, que se aplicaran a las mujeres microempresarias para el caso de Toluca:

TABLA NO. 6
DETERMINACIÓN DEL NÚMERO DE CUESTIONARIOS DERIVADOS DEL
MUESTREO ALEATORIO ESTRATIFICADO DE MICROEMPRESAS DE ALIMENTOS
Y BEBIDAS DE MUJERES EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA.

GIRO O ACTIVIDAD	MUJERES PROPIETARIAS	PESO O PONDERACIÓN ESTRATIFICADO	NO. DE CUESTIONARIOS POR GIRO
COCINA ECONOMICA CON VENTA DE CERVEZA	94	9.8%	19
COCINA ECONOMICA SIN VENTA DE CERVEZA	182	19.0%	37
FUENTE DE SODAS	103	10.7%	21
FUENTE DE SODAS CON CERVEZA	15	1.6%	3
LONCHERIA SIN CERVEZA	114	11.9%	23
LONCHERIA CON CERVEZA	79	8.2%	16

TAQUERIA SIN CERVEZA	76	7.9%	16
TAQUERIA CON CERVEZA	73	7.6%	15
ELABORACIÓN Y VENTA DE PIZZAS	4	0.4%	1
ELABORACIÓN Y VENTA DE PIZZAS CON CERVEZAS	0	0.0%	0
RESTAURANTE	15	1.6%	3
SERVICIO DE OSTIONERIA Y PREPARACIÓN DE MARISCOS	24	2.5%	5
RESTAURANTE Y/O CAFETERIA C/CERVEZA Y VINOS	17	1.8%	3
ALIMENTOS CON VENTA DE CERVEZA	30	3.1%	6
ALIMENTOS ENVASADOS (COSERVAS, ALMIBAR)	1	0.1%	0
ANTOJITOS MEXICANOS	45	4.7%	9
CAFETERIA	34	3.5%	7
ROSTICERIA	50	5.2%	10
POLLOS AL CARBON CON VENTA DE CERVEZA	3	0.3%	1
TOTAL	959	99.9%	196

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a Mendenhall (1987), los elementos de cada estrato deben presentar tendencias similares de comportamiento entre ellas mismas, ser homogéneas e identificables.

Con base en la fórmula que establece Mendenhall (1987), para este análisis se determinaron los criterios de la fórmula estadística para calcular el número de cuestionarios a aplicar:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

donde:

n= es el número de cuestionarios a aplicar

z= es el valor estandarizado de la probabilidad de acuerdo al nivel de significancia

e= error esperado

p= proporción de la muestra de los elementos de análisis

q= diferencia entre el universo y la proporción p

En la siguiente tabla se presentan los cálculos para determinar el número de cuestionarios a aplicar:

TABLA NO. 7

CÁLCULOS PARA DETERMINAR EL NÚMERO DE CUESTIONARIOS

	N=	1976		
Proporción de acuerdo al genero	P=	0.49		
Proporción con respecto al Universo	q=	0.51		
	nivel de confianza =	5%	potencia=	97.5%
	Valor z=	1.96		
	error=	5%		
	Número de cuestionarios aplicar =	196		
	Representación proporcional de la mujeres microempresarias=	20%		

Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, para una población de 956 microempresarias del Municipio de Toluca se aplicaron un total de 196 encuestas, con un nivel de confianza del 5%, y un error del 5%, considerando que las proporciones son $p= 0.49\%$ y un $q= 51\%$ de microempresas.

Una vez conocido el número de cuestionarios a aplicar, el trabajo de campo se desarrolló de la siguiente manera: Primero se ubicaron a las microempresas que formarían la muestra, derivada de la información proporcionada por parte de la Dirección General de Desarrollo Económico y Regulación del Comercio del Municipio del H. Ayuntamiento de Toluca, posteriormente se realizó la prueba piloto y finalmente la aplicación de los cuestionarios, se llevó a cabo con la ayuda de los servicios contratados de cuatro estudiantes que se dedican a la aplicación de cuestionarios, quienes han sido capacitados para realizar este tipo de trabajo, por el Centro de Impulso a la Inversión y Desarrollo de Negocios (CIDNe) de la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma del Estado de México, a quienes se les explicó las características del cuestionario, se resolvieron dudas en torno a las preguntas, previa reunión y se transmitió el objetivo de la investigación, se estableció un cronograma operativo para recabar la información.

Concluida la fase de recogida de la información, se verificó que los cuestionarios estuvieran completos, las respuestas se capturaran en un archivo Excel y posteriormente se usó para alimentar el programa SPSS (Staticall Product and Service Solutions), porque facilita la utilización con mayor capacidad en el momento de codificar, correlacionar variables y extraer conclusiones, a través de esta base de datos se realizaron los análisis estadísticos en relación con las hipótesis planteadas, a través de la técnica de análisis discriminante múltiple. Tal como se resume en la siguiente tabla:

TABLA NO. 8
Características de la Metodología Cuantitativa

Técnica de investigación	Análisis discriminante múltiple.
Información	Aspectos sociodemográficos, características personales, habilidades y motivaciones, posesión de la microempresa, emprendimiento exitoso o no exitoso, desde la perspectiva de género.
Muestra	Microempresas en donde se emplean entre 1 y 10 personas, dedicadas la venta y preparación de alimentos y bebidas, dirigidas por mujeres del municipio de Toluca Con licencia para trabajar de manera regular por parte del H. Ayuntamiento de Toluca. Se realizó una prueba piloto de 25 cuestionarios para determinar la dimensionalidad, confiabilidad y la validez del instrumento que sirvió para efectuar las modificaciones pertinentes. Posteriormente se realizó la aplicación de 196 cuestionarios de acuerdo al cálculo del muestreo aleatorio estratificado, para el Municipio de Toluca.
Fuentes de información	A través de la información obtenida por parte de la Dirección General de Desarrollo Económico y Regulación del Comercio del Municipio del H. Ayuntamiento de Toluca.
Procesamiento de datos	Se diseñó un cuestionario que se aplicó a cada microempresa, considerando los resultados de la muestra considerando los factores a analizar bajo la escala Likert. La información se usó para alimentar el programa SPSS.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta, lo que nos permitirá establecer el perfil de la mujer emprendedora exitosa en la microempresa para el caso del subsector de venta de alimentos y bebidas en el municipio de Toluca.

3.4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA MEDIANTE LA MUESTRA

Con la información recaba mediante la encuesta se obtuvieron cifras que dan muestra de las características, habilidades, motivación del emprendimiento de mujeres en el subsector de venta de alimentos y bebidas lo que permitirá determinar el perfil de las mujeres que emprenden empresas exitosas.

Las respuestas que a continuación se muestran corresponden al cuestionario que fue diseñado en esta investigación, las cuales fueron agrupadas en cinco secciones que se presentan a continuación:

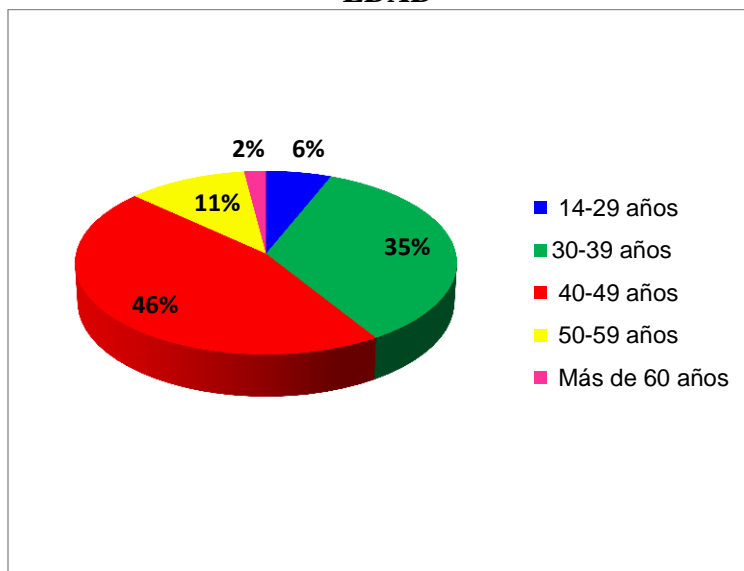
3.5. EMPRENDIMIENTO FEMENINO.

Como ya se mencionó en el capítulo No. I, este estudio se basa en los argumentos planteados por el modelo comportamental de Gartner (1985), establece cuatro dimensiones desde las que se evaluó el emprendimiento de este grupo de microempresarias las cuales son: **el individuo** (las características de las emprendedoras), en segundo lugar **la organización** (que corresponde al modelo de negocio en que se desempeñan), en tercer lugar **el proceso** previo (cuáles son los antecedentes previos al inicio de una empresa) y finalmente **el medio ambiente** (los factores del medio). A continuación se muestran las respuestas de este grupo de microempresarias:

A). EL INDIVIDUO (LA EMPRENDEDOR/A)

La pregunta que tiene relación con la edad, de las mujeres que emprenden microempresas en el subsector de venta de alimentos y bebidas, encontrando los siguientes resultados que se pueden observar en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 4
EDAD



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

De acuerdo a la muestra el 46% pertenece a mujeres de 40 a 49 años, el 35% a mujeres entre 30 y 39 años, el 81% se concentra en estos dos rangos de edad y se encuentra estrechamente vinculado con la presencia femenina en el mercado de trabajo que aumentó especialmente en los grupos de 25 a 34 años y 35 a 44 años. Ver gráfica No. 4. Lo que significa que emprender una microempresa resulta ser una alternativa para este grupo de mujeres.

Ahora bien, respecto a que el 6% de las microempresarias se encuentran en el rango de 14 y 29 años, como se muestra en la gráfica No. 4, cada día en nuestra sociedad, observamos a mujeres muy jóvenes (incluso muchas de ellas no han concluido una instrucción universitaria) que deciden emprender su propia microempresa, debido a que “Los individuos más jóvenes, probablemente, poseen unos conocimientos más actualizados; las personas más jóvenes son más propensas a la asunción de riesgos; esto se debe a que estos individuos poseen menores cargas, de tipo personal y psicológico, que puedan incidir en el comportamiento emprendedor”. (Álvarez y Valencia, 2008: 345).

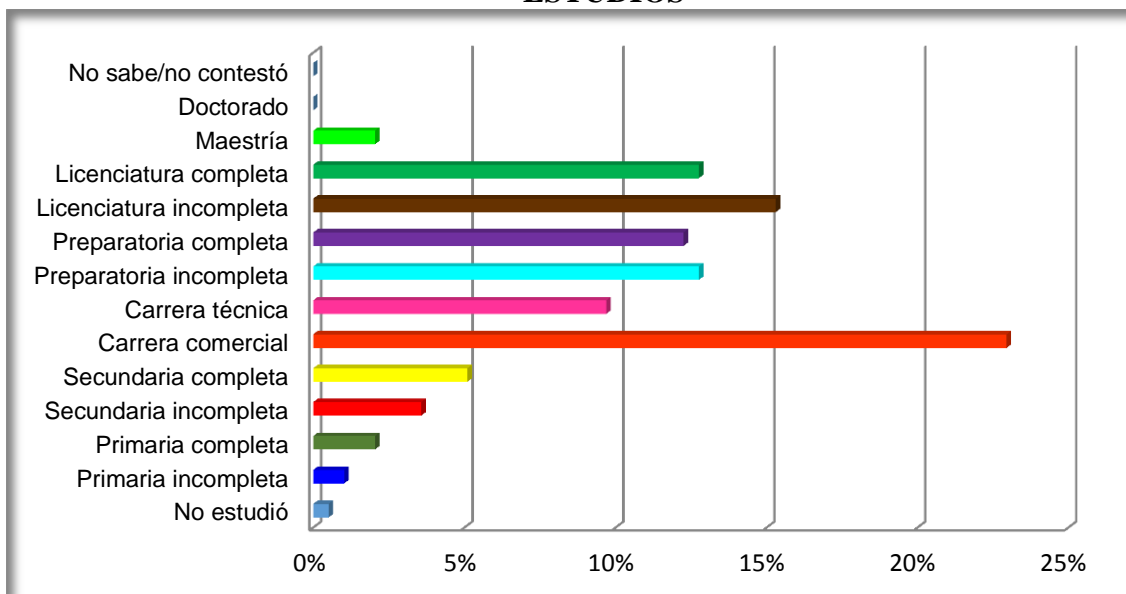
Las mujeres entre 14 y 29 años, tienen menores responsabilidades respecto de la mayor parte que decide emprender, debido a que muchas de estas, tienen más tiempo disponible para las actividades que demanda una microempresa, al no tener hijos o familia, todo su tiempo lo invierten en hacer que su empresa funcione de forma correcta y corren riesgos que otras mujeres mayores no toman, debido a que una mujer más joven, por su naturaleza y por la falta de responsabilidades, tiende a decidir de forma menos racional y a aventurarse por el camino del emprendimiento asumiendo los riesgos y retos que con esta actividad se puedan originar.

Por otro lado, se tiene que el 11% está conformado por mujeres de 50 a 59 años y tan solo 2% mujeres de más de 60 años. Como se puede observar en la gráfica No.4. Estos resultados nos indican que las mujeres que emprenden una microempresa son personas que han trabajado con anterioridad y que deciden independizarse con el paso de los años. Sin embargo, es más complicado que se aventuren y decidan a emprender.

Por lo tanto, la edad de emprendimiento de una microempresaria se encuentra estrechamente vinculada con su vida personal, así como por sus aspiraciones las cuales se encuentran relacionadas con la experiencia que han tenido a lo largo de su vida.

En cuanto al nivel de estudios el 23%, ver gráfica No. 5 establece haber estudiado una carrera comercial la cual se relaciona con una de las actividades que prefieren las mujeres y en la que se pueden incorporar en el mercado laboral desarrollando la función de secretarías debido a que “La dinámica del mercado de trabajo para las mujeres de antaño se ubicaba en espacios laborales como secretarías, telefonistas, dependientas, enfermeras, empleadas domésticas, trabajadoras sociales, diseñadoras y pequeñas empresarias, principalmente”. (Amezcuza y Chávez, 2011).

**GRÁFICA NO. 5
ESTUDIOS**



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Con el paso de los años tienden a dejar su empleo para dedicarse a atender a su familia y la edad es un factor determinante, principalmente para aquellas que son secretarias, actividad reconocida como femenina y que el tiempo para concluir los estudios es muy corto generalmente de 2 a 3 años en nuestro país. Sin embargo, en los lugares de trabajo generalmente suelen contratar personal joven lo que lleva a las mujeres a iniciar una microempresa, el 15% lo representan aquellas que no concluyen sus estudios de licenciatura, 13% las que no concluyen la preparatoria, al igual que las cuentan con una licenciatura completa, 12% mujeres con preparatoria completa, 10% carrera técnica, este grupo de mujeres representan el 73% de las microempresarias que cuentan al menos con estudios de carrera técnica, preparatoria y licenciatura completa e incompleta y esto prueba que no solo las mujeres que no han tenido la posibilidad de estudiar se dediquen a desarrollar microempresas. Ver gráfica No. 5.

De acuerdo con Elizundia (2015: 469) “el emprendimiento femenino se debe a que las mujeres tienen acceso a la educación, lo que permite que adquieran una serie de conocimientos y capacidades necesarias para enfrentar una actividad empresarial”.

Tan solo el 1% no tiene estudios, primaria incompleta representa el 1%, primaria completa con 2%, por su lado, secundaria completa 5%, secundaria incompleta 4%, siendo un total de 12% las microempresarias que cuentan con formación básica, como se puede observar en la gráfica No. 5.

Las microempresarias que cuentan con maestría representan el 2%, de acuerdo a los resultados obtenidos, no se tuvo ninguna microempresaria con grado de doctorado. Como se observa en la gráfica no.5.

Tal como lo demuestran los resultados, a pesar de que son pocas las mujeres microempresarias que tienen niveles de educación altos, sin lugar a dudas, estas poseen técnicas y conocimientos más actualizados en materia de tecnología, lo que aporta una ventaja competitiva con respecto del resto de las mujeres que desarrollan la misma actividad.

Aunado a esto, podemos ver que algunas ventajas que tienen las mujeres microempresarias que han logrado concluir un sistema de profesionalización es la generación de ideas y estrategias para impulsar sus negocios esto es, al contar con mayor información actualizada tanto en técnicas de ventas, negociación, comercialización y uso de las Tics, permite que las mujeres microempresarias innoven en sus actividades brindando un mejor producto y servicio al cliente.

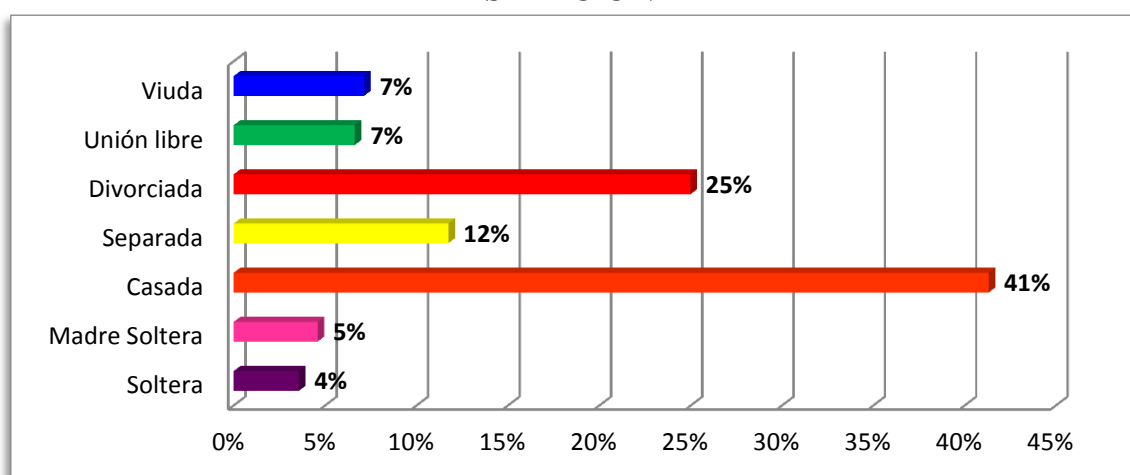
“El nivel de escolaridad del microempresario/a juega un rol importante en la rentabilidad de sus negocios, ya que el tener un alto nivel educacional significa no sólo poseer habilidades laborales, sino también representa un mayor capital cultural, habilidades sociales, y acceso a redes, que repercuten en un mejor desempeño económico”. (Valenzuela, y Venegas, 2001:28).

El nivel de escolaridad de las mujeres microempresarias les permite logra ampliar su círculo de contactos y de amistades, relacionarse, generar conocimientos e ideas que pueden aplicar en sus microempresas, incluso muchas de ellas, logran publicitar sus negocios con sus redes de contactos.

Por lo tanto, el nivel educativo de las mujeres que emprenden microempresas tiene una estrecha relación con el éxito, para que puedan lograr permanecer en el mercado ante la creciente competencia que existe, en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

Respecto al estado civil encontramos que el 41% son casadas, 25% divorciadas, 12% separadas lo que representa el 78% de las mujeres de la muestra, quienes han compartido su vida con una pareja, el 5% son madres solteras quienes toman la decisión de ser madres sin compartir esta responsabilidad con una pareja, como se puede observar en la gráfica No. 6. Anteriormente se estableció una relación entre trabajo y soltería, aunque a la fecha la mujer que labora fuera del hogar aún enfrenta los inconvenientes de la doble o triple jornada de trabajo y, en algunos casos, una amenaza a la estabilidad matrimonial. Podría pensarse que la profesionalización de la mujer, referida directamente a la independencia económica y afectiva, la sitúa en otro plano frente al matrimonio, de tal forma que su prioridad ya no es contraer matrimonio para asegurar su futuro. (Amezcuza y Chávez, 2011), el 7% lo representan mujeres que viven en unión libre, y el 4% mujeres solteras. Aquéllas mujeres que son viudas representan el 7% de las encuestadas. Como se muestra en la gráfica no. 6.

GRAFICA NO. 6
ESTADO CIVIL



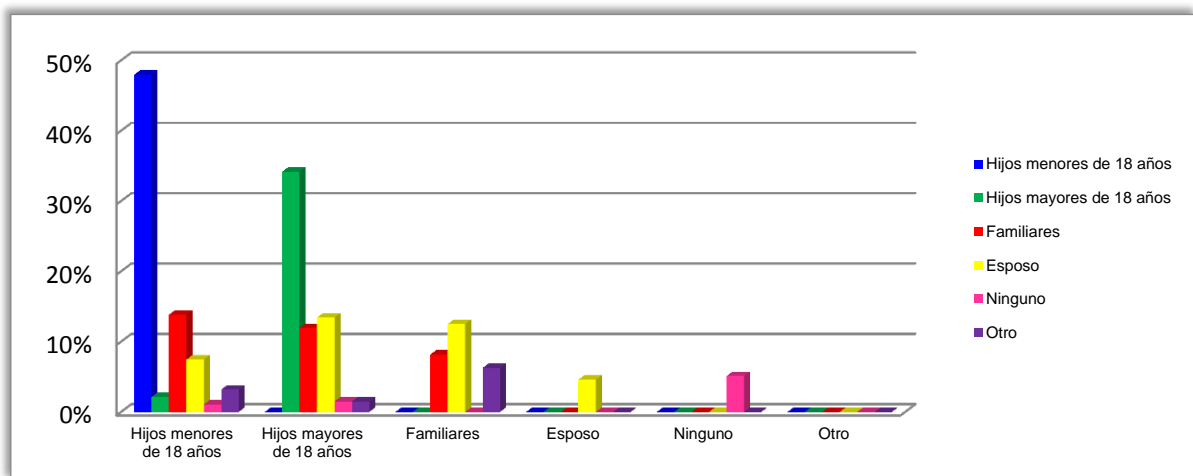
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El estado civil se relaciona estrechamente con una aproximación para ubicar diferentes “cambios sociales en la estructura de la familia tales como el incremento en la tasa de divorcios y de familias criadas solamente por la mujer”, (Elizundia, 2015: 469) lo que motiva a emprender una microempresa, siendo esta una opción para las mujeres, poder generar su propio empleo que se adapte a sus necesidades, con respecto a sus actividades domésticas y cuidados de los hijos.

B) EL ENTORNO (FACTORES EXTERNOS)

En cuanto a los familiares que dependen económicamente de las microempresarias encontramos que el 48% de las encuestadas, tienen hijos menores de 18 años y el 34% hijos mayores de 18 años, sumando un total de 82%, lo que significa que la mujer que inicia una microempresa lo hace porque sus hijos pueden encontrarse aún en edad escolar y no han concluido sus estudios y emprender una microempresa, es una opción para generar un ingreso monetario a la vez que combinan sus actividades domésticas y cuidado de los hijos, el 14% lo representan los familiares (padres, suegros, hermanos, sobrinos, cuñados, primos, etc.), el esposo con 13% que puede encontrarse enfermo, discapacitado o tras la búsqueda de un empleo. Ver gráfica No. 7. Dichos factores contribuyen para que las mujeres se incorporen a la actividad empresarial.

GRAFICA NO. 7
FAMILIARES QUE DEPENDEN ECONÓMICAMENTE DE USTED



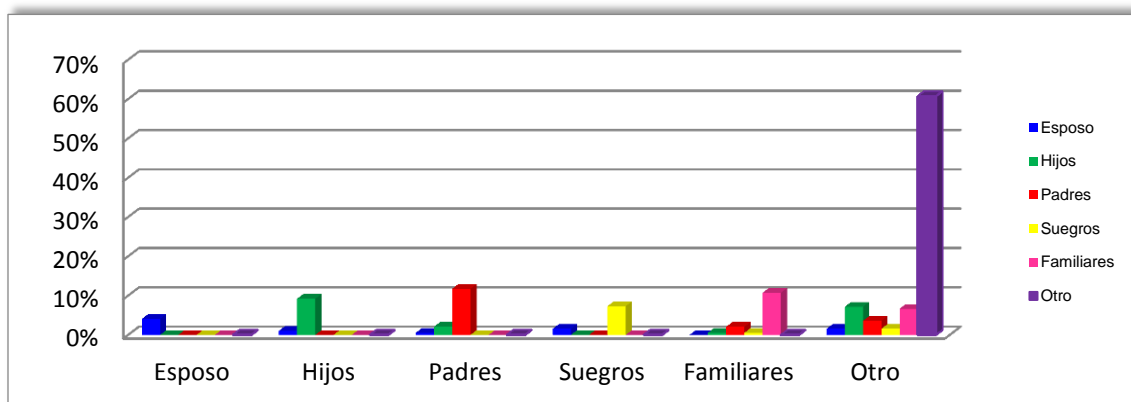
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Los resultados demuestran que las relaciones de pareja han venido cambiando con el tiempo, el hecho de que las mujeres se incorporen al mercado laboral y sean capaces de mantener a sus hijos así como a familiares y tener la capacidad de ser las proveedoras del hogar, lo que socialmente le corresponde a los varones, dichas transformaciones han incrementado la responsabilidad económica de la mujer pero no ha cambiado su posición en la sociedad.

“Las mujeres que trabajan y emprenden tienden a invertir en mayor medida sus ganancias en educación, salud y bienestar de sus familias fomentan en sus hijos el deseo de aprender a prepararse y tienden el deseo de superación, pero en pleno siglo XXI aún enfrentan fuerte retos para su completa inclusión”. (Elizundia, 2015:469-470)

En lo que respecta a los familiares que trabajan con las microempresarias, ver Gráfica No. 8, encontramos que el 61% son personas ajenas a la familia, lo que refleja que las mujeres prefieren trabajar con otras personas (empleados) y poder delegar funciones a un empleado que no forme parte de la dinámica familiar, se convierte generalmente en algo más sencillo para ellas al momento de realizar el trabajo, ya que en muchas ocasiones, el indicarle a algún familiar que apoye en determinada actividad de la microempresa (a pesar de recibir su pago como cualquier otro empleado), es todo un reto que interfiere en el futuro en la relación interpersonal entres estos, como se pueden ver en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 8
FAMILIARES QUE TRABAJAN CON USTED

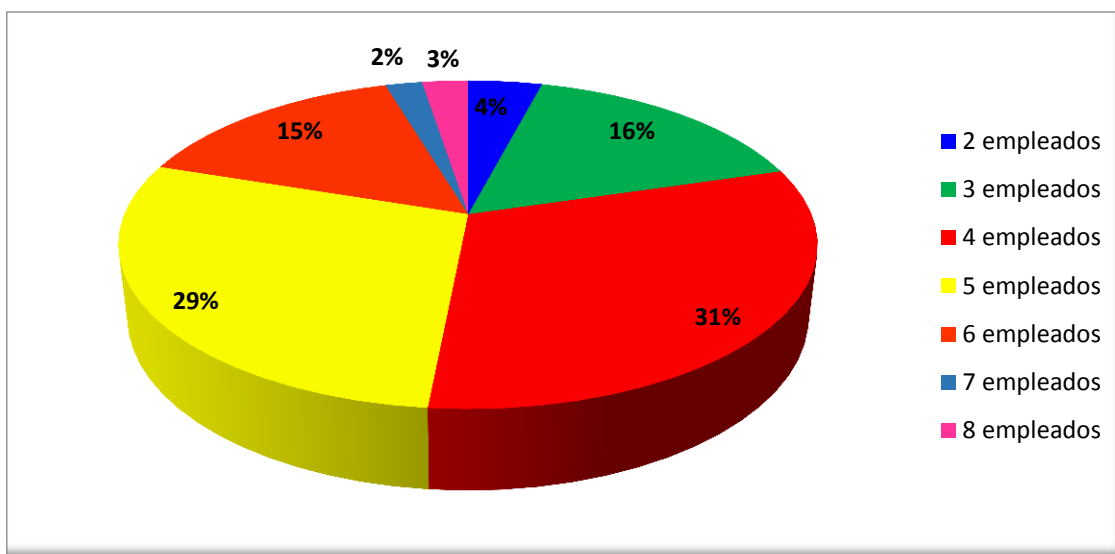


Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El 12 % corresponde a los padres, 11% a los familiares, 9% a los hijos ocupando cargos de confianza y tan solo el 4% al esposo, debido a que los varones no aceptan muchas veces estar bajo las ordenes de su esposa. Como se muestra en la gráfica no. 8.

El número de empleados que arroja la encuesta es el siguiente; el 31% cuenta con 6 empleados, 29% con 5 empleados, 3% corresponde a 8 empleados y 2% a 7 empleados lo que representa el 65% de las microempresarias que contratan entre 5 y 8 empleados, el 31% cuenta con 6 empleados, 16% con tres empleados y el 4% con 2 empleados. Como se observa en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 9
NÚMERO DE EMPLEADOS



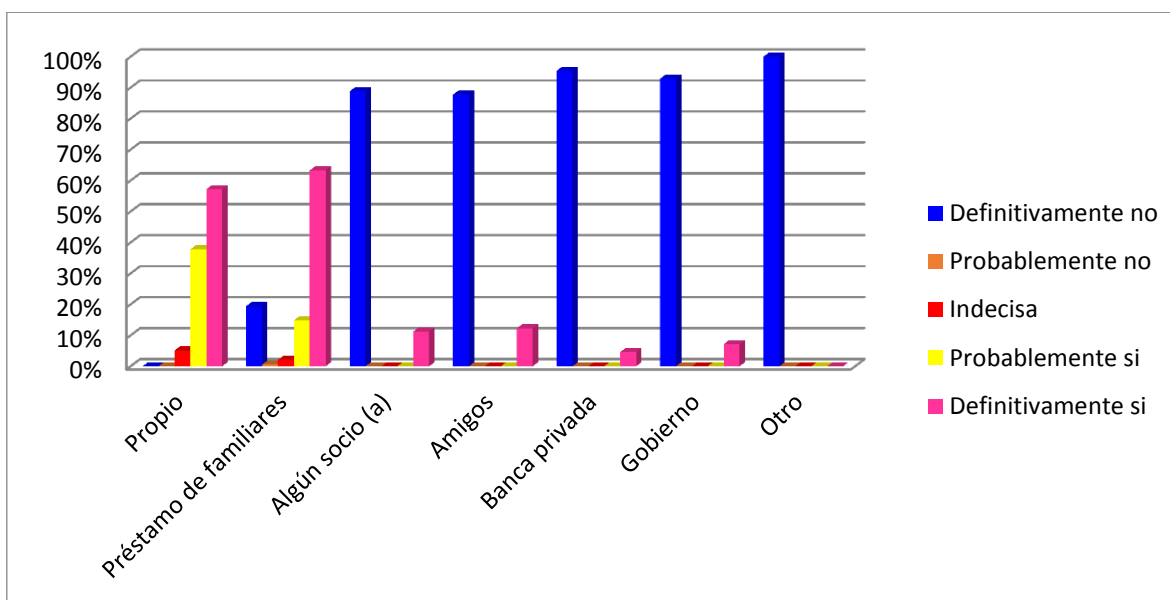
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Una de las principales características que tienen las microempresas es que el número de empleados es reducido. Sin embargo, la microempresa es una opción muy importante para la generación de empleo y las mujeres se vuelven una pieza clave para emprender microempresas principalmente en el comercio y servicios.

De acuerdo con Elizundia (2015: 469) “el auge del sector servicios, el cual no presenta obstáculos excesivos de entrada y es uno en el que la mujer se ha desarrollado tradicionalmente”.

Con respecto al capital con el que inicio su microempresa resulta muy interesante el hecho de que las mujeres emprenden sus empresas con préstamos de familiares ya que representa el 63% de las respuestas que corresponden a definitivamente si, el 57%, el apoyo proviene de capital propio, lo que demuestra que difícilmente obtienen recursos de otras fuentes de financiamiento ya que el 89% definitivamente no tiene apoyo financiero por parte de algún socio, el 88% de algún amigo, el 93% del gobierno, 95% de la banca privada y el 100% de otro tipo de préstamo. Como se muestra en la gráfica no. 10.

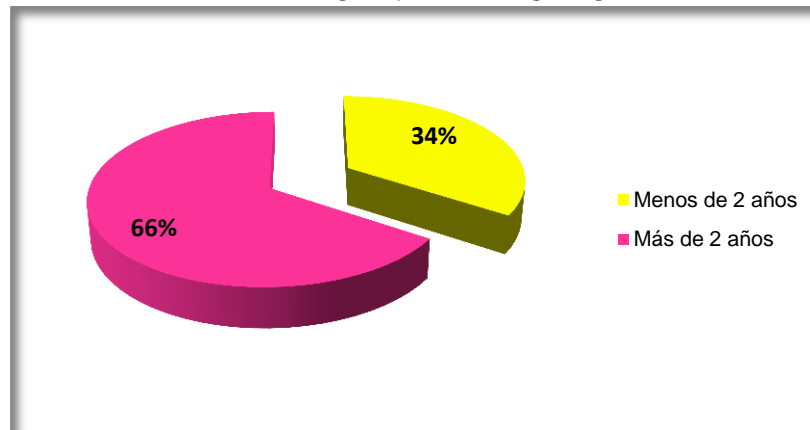
GRAFICA NO. 10
CON QUE CAPITAL UNICIO SU MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El tiempo en el mercado es un factor que puede llegar a determinar el éxito en la permanencia de la microempresa en el mercado, el 34% tiene menos de dos años en el mercado y el 66% de ellas tiene más de dos años en el mercado lo que significa que ha tenido que enfrentar una serie de retos, obstáculos y desafíos para poder permanecer en el mercado y seguir creciendo. Ver gráfica No. 11.

GRAFICA NO. 11
TIEMPO EN EL MERCADO



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

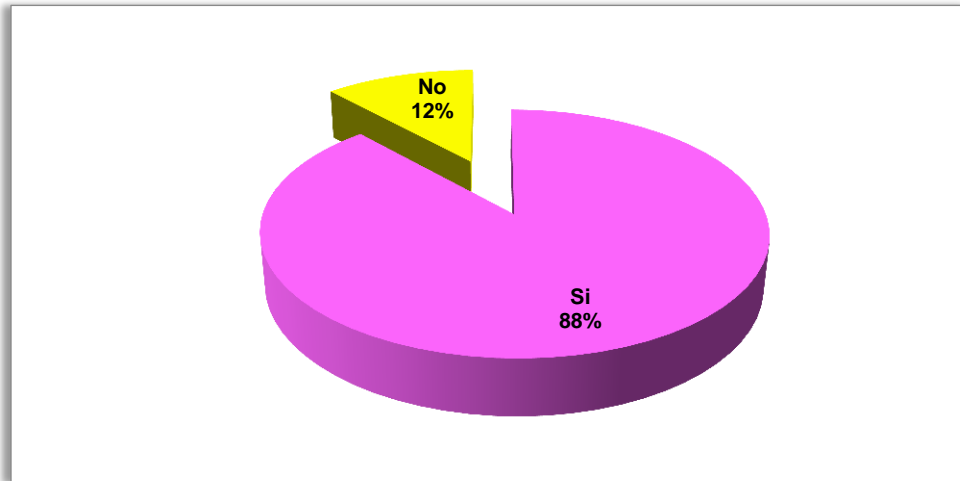
Las microempresarias que permanecen más de dos años en el mercado han podido sobrevivir a la competencia, generar utilidades así como empleo, conciliando las responsabilidades personales y familiares, organizar, administrar su microempresa lo cual, es muy difícil para una mujer ya que la actividad empresarial generalmente se visualiza para los hombres quienes pueden dirigir sus empresas sin problema alguno, debido a su responsabilidad de proveedores de la familia y no tienen a su cargo el cuidado de los hijos y del hogar.

A pesar de todos los obstáculos que enfrentan las microempresarias los resultados que arroja esta encuesta demuestran que las mujeres han tenido confianza y luchado para continuar con su microempresa.

C) LA ORGANIZACIÓN (LA EMPRESA)

Con respecto a la pregunta si con anterioridad tuvo alguna microempresa encontramos que el 88% de las mujeres con anterioridad tuvo un negocio, lo que demuestra su experiencia en la actividad empresarial y solo 12% no tuvo negocio. Como se observa en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO.12
¿CON ANTERIORIDAD TUVO ALGUNA MICROEMPRESA?



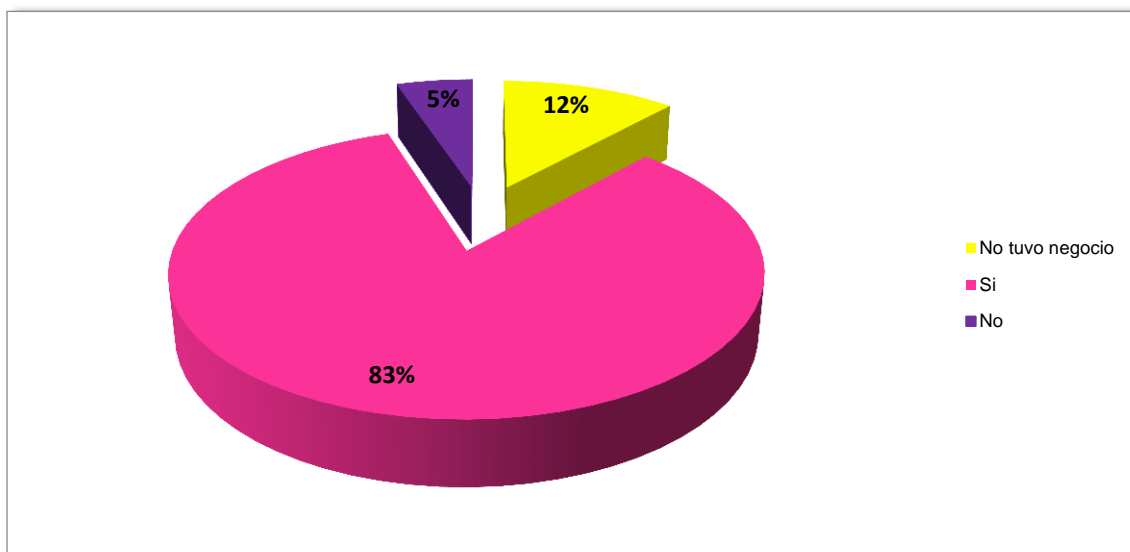
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

De acuerdo a Ventura y Quero (2013:131) “la experiencia previa en el sector donde se inicia una actividad por cuenta propia está relacionada con la percepción de control sobre el resultado de emprendimiento”.

Cuando una mujer ya tiene experiencia previa en determinada actividad, la segunda o tercera vez que decide emprender, lo hace con mejores objetivos en mente, con la posibilidad de corregir errores que pudieron haberse suscitado en anteriores ocasiones, un mejor control del personal y en general un mayor aprendizaje en beneficio de la microempresa.

Resulta muy interesante conocer si el negocio que tuvo con anterioridad era considerado como una actividad femenina encontramos que el 83% de las mujeres indican que su microempresa se relaciona con actividades consideradas como femeninas, ya que la generalidad de las mujeres prefiere hacerlo aprovechando su experiencia, solo el 5% no corresponden a este tipo de actividades y el 12% manifestó no haber tenido negocio con anterioridad. Como se muestra en la siguiente gráfica 13.

GRAFICA NO. 13
¿SU MICROEMPRESA SE RELACIONABA CON ACTIVIDADES FEMENINAS?

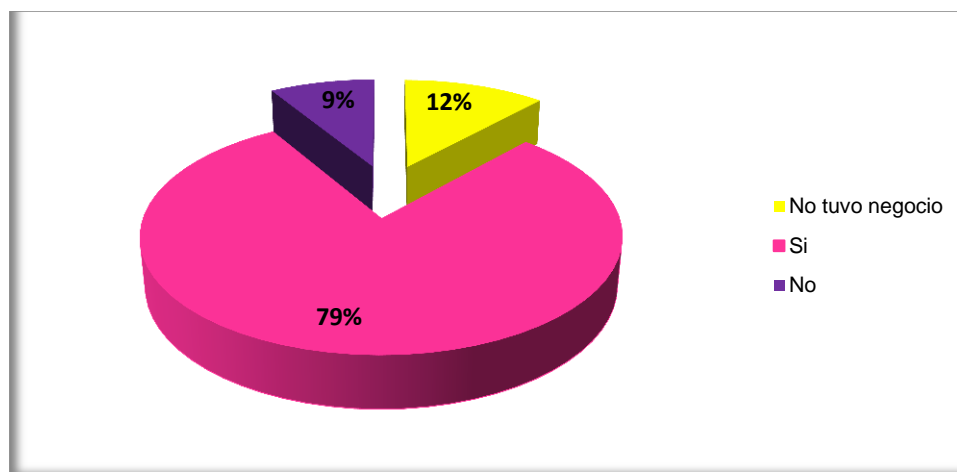


Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

El resultado que se encuentra, corrobora el hecho de que la mujer prefiere emprender microempresas en actividades que son consideradas como femeninas como estética, chocolatería y churros, venta de chocolates y regalos, dulces, tienda de ropa, clases de cocina, panadería y repostería, corte y confección, tienda de vestidos de novia, clases de matemáticas, ropa tejida para bebe, cremería, florería, aerobics y zumba, lavandería, recaudería, artículos para el hogar, para fiestas, colchas y edredones, uniformes escolares, etc., y las actividades que mencionaron como masculinas encontramos venta de refacciones de automóvil, venta de accesorios para auto, venta de alarmas, estacionamiento, autopartes eléctricas, lavado de autos, tintorería, venta de muebles rústicos, venta de pinturas para interiores y exteriores, purificadora de agua, las cuales son consideradas masculinas de acuerdo a su percepción.

En cuanto a los resultados obtenidos de su experiencia al emprender una microempresa con anterioridad el 79% menciona que quebró, ver gráfica No. 14.

GRAFICA NO. 14
¿QUEBRÓ ESA MICROEMPRESA?



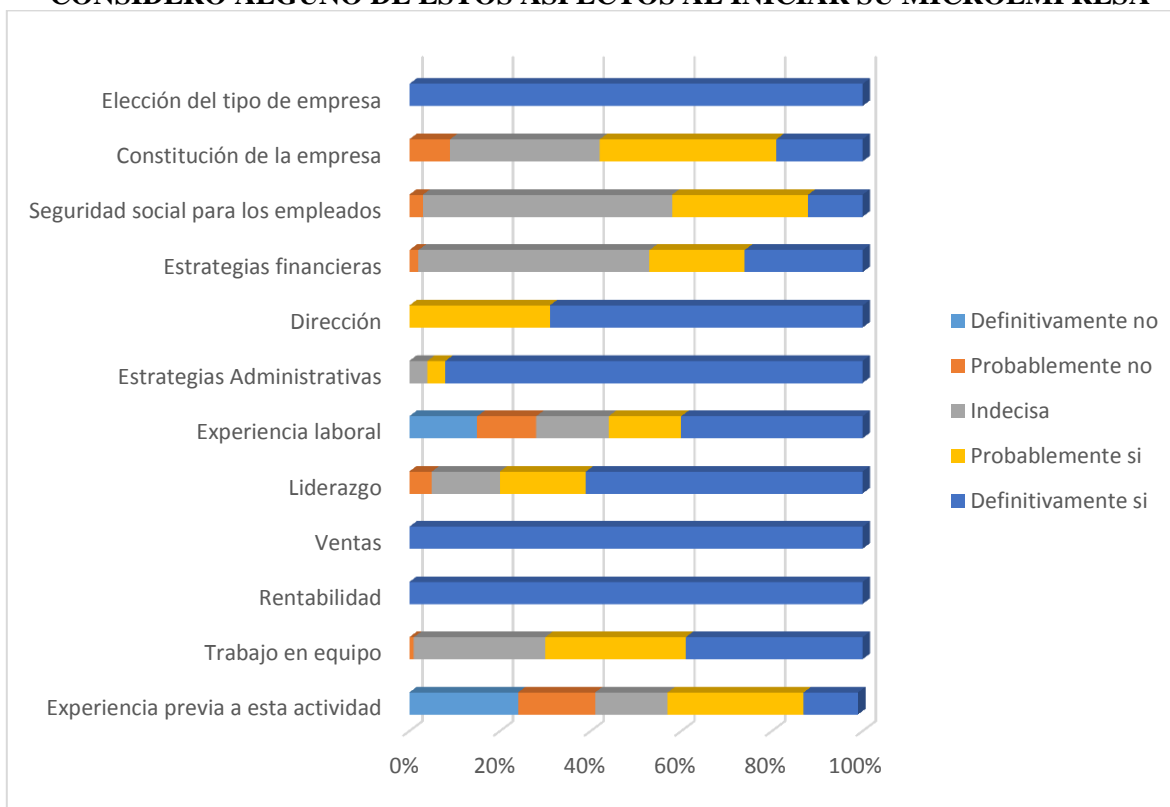
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Fuentelsaz y González, (2015:71) establecen que “las posibles causas del fracaso empresarial son (i) no rentabilidad del negocio, (ii) existencia de problemas para obtener financiación, (iii) razones personales de diversa índole, (iv) oportunidad de venta del negocio, (v) haber encontrado otro trabajo u oportunidad alternativa, (vi) surgimiento de un incidente, (vii) jubilación por parte del empresario (viii) cierre planificado con antelación o (ix) motivos de otra índole”.

A pesar de estos argumentos este grupo de mujeres lo ha vuelto intentar, lo que demuestra que sin importar que el anterior intento no resultara exitoso, la experiencia de haber tenido una microempresa les da herramientas para mejorar y permanecer en el mercado. El 9% no quebró y 12% no tuvo ningún negocio. Como se muestra en la gráfica No. 14

Al cuestionar a este grupo de mujeres que si al emprender su microempresa consideraron los aspectos que se presentan en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 15
CONSIDERÓ ALGUNO DE ESTOS ASPECTOS AL INICIAR SU MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Tres aspectos representan el 100% de la respuesta definitivamente si y son elección del tipo de empresa, ventas y rentabilidad al emprender su microempresa resultan imprescindibles para la permanencia, crecimiento y éxito en el mercado, sin mencionar que estos aspectos son fundamentales para que la mujer encuentre gusto hacia la actividad a la que se dedica. Como se muestra en la gráfica No. 15.

En lo que respecta a la experiencia previa en esta actividad se muestra que el 42% definitivamente si o probablemente sí, cuentan con experiencia previa en esta actividad, mientras que 41% establecieron definitivamente no o probablemente no tuvieron experiencia previa, 16% manifestó encontrarse indecisa. Ver gráfica No. 15. Ante esto, es posible establecer que para muchas mujeres tener algún tipo de conocimiento o experiencia anterior en determinada área resulta indispensable, debido a que ubica cómo desempeñar la

actividad de una mejor forma, además de estar consciente de los retos que enfrentan, no obstante a esto, muchas de ellas, se inclinan por alguna actividad que desconocen totalmente, en la cual no se tiene ningún tipo de experiencia, confiando en sus habilidades que le permitirán impulsar su microempresa.

En cuanto a la formalización de sus actividades específicamente al área legal, de acuerdo a los resultados el 58% definitivamente si o probablemente sí, consideraron la constitución de la de la empresa, 33% expresó estar indecisa y 9% probablemente no lo consideró, ver gráfica No. 15.

Para muchas mujeres, el tema legal representa una amenaza debido a los gastos que se tienen que cubrir al momento de la constitución de la sociedad con el Notario Público, la inscripción de esta en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio, sin mencionar las cargas fiscales distintas cuando se trata de una persona moral, o una física, hace que en muchas ocasiones simplemente se quede como una idea en el aire y no se logre concretar.

En cuanto a la seguridad social de los empleados el 56% manifestó estar indecisa, 3% probablemente no la consideró y el 42%, definitivamente si o probablemente sí, ver gráfica No. 15, debido a la responsabilidad que se tiene de accidentes laborales o bien por enfermedades de sus trabajadores.

Con estos datos, se puede demostrar que a pesar de que las microempresarias están conscientes de la importancia de la seguridad social de sus empleados y de ellas mismas, incluso podría decirse que hasta desearían poder otorgar esta prestación que por ley les corresponde brindar, debido al tipo de empresa de la que se trata, así como los bajos ingresos y el incremento de gastos, se convierte en un tema que queda al aire, mostrándose indecisas.

Lo que realmente es cierto es que “el empleo generado por la microempresa es más bien precario, sin adecuada protección social, bajas remuneraciones y alta rotación laboral”. (FOCUS, Estudios y Consultorías, 2001: 18)

Las estrategias financieras resultan determinantes para emprender una microempresa y acceder al financiamiento, al respecto los resultados son los siguientes, el 2% probablemente no las considera, 52% muestra encontrarse indecisa y el 47% definitivamente si o probablemente sí, las considera, ver gráfica No. 15.

Ante esto, se ha podido detectar que un requisito básico para que una institución de financiamiento (sea de índole público o privado) otorgue ese apoyo, es el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) alta ante el Sistema de Administración Tributario, dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, (que se encarga de todo lo relativo al cobro de impuestos), sin embargo, muchas de las microempresarias no cubren este requisito cuando se han acercado a tramitar algún apoyo, debido a que algo tan elemental que en teoría toda empresa (sin importar su tamaño) debería tener, contribuye a cerrar puertas para el financiamiento, y con esto, se obstaculice la obtención de más recursos que impulsen a la mujer microempresaria.

En cuanto a la experiencia laboral, se tiene que el 40% definitivamente si lo consideró al iniciar su empresa, 16% probablemente sí, 16% se encuentra indecisa, 13% probablemente no y 15% definitivamente no, ver gráfica No. 15, lo que muestra que las mujeres se insertan al mercado laboral en actividades que posteriormente les permite emprender una microempresa aprovechando la experiencia adquirida.

Respecto al trabajo en equipo el 70% manifestó que definitivamente sí o probablemente sí, es un tema que deben considerar al iniciar una empresa, 29% se encuentran indecisas y tan solo el 1% probablemente no lo consideró, ver gráfica No. 15.

Las mujeres microempresarias saben que llevar a cabo el trabajo en equipo es la mejor alternativa para que este se efectúe, logrando involucrar a todos los miembros y se consigan mejores resultados.

En torno a las estrategias administrativas el 92% consideró que definitivamente sí son necesarias considerarlas al iniciar una microempresa, el 4% establece que probablemente sí y el 4% se mantienen indecisas. Ver gráfica No. 15.

El liderazgo es fundamental en cualquier empresa el 80% lo consideró definitivamente si o probablemente sí, al iniciar su microempresa, 15% se mostró indecisa y el 5% probablemente no, ver gráfica No. 15.

“En la literatura, el liderazgo ejercido para el emprendimiento, se relaciona con las habilidades para motivar y hacer que un equipo alcanzase una meta en común”. (Páez, *et. al.* 2011: 59). El liderazgo es una característica que las mujeres microempresarias deben tener para poder asignar funciones de la forma correcta a sus empleados.

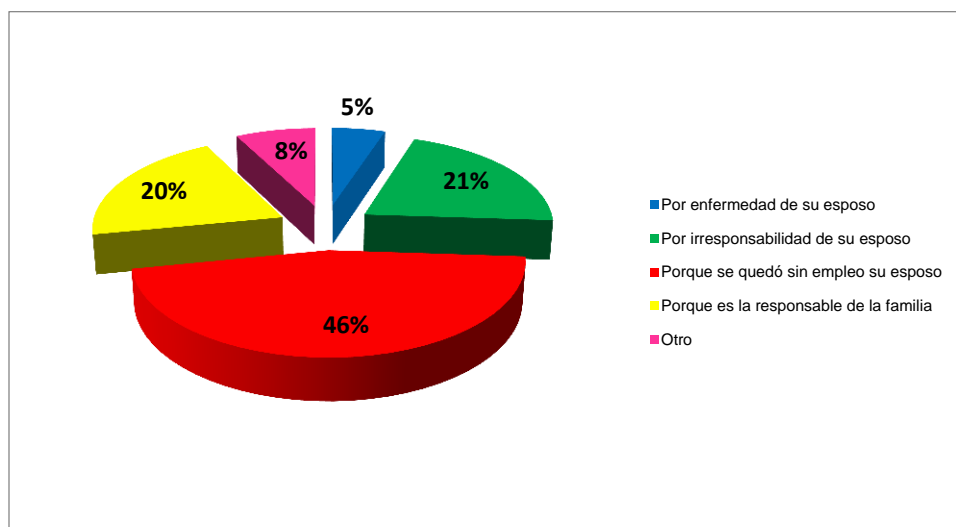
De acuerdo a la dirección, el 69% definitivamente si lo consideró, este resultado se debe fundamentalmente a que estas mujeres encabezaran la microempresa, el 31% probablemente sí, que le permitirá dirigir el rumbo de la microempresa. Como se muestra en la gráfica No. 15.

D) EL PROCESO (ACTIVIDADES PREVIAS AL INICIO DE LA EMPRESA)

Respecto a las razones que motivaron a las mujeres a emprender su microempresa, el 46% establece que su esposo se quedó sin empleo, 21% por la irresponsabilidad del esposo al no cumplir su papel de proveedor, 20% porque es la responsable de la familia y por lo tanto asume la jefatura del hogar, ver gráfica No. 16, Actualmente muchas mujeres se convierten en jefas de hogar como resultado de las transformaciones que se han venido presentando en la sociedad, “el concepto de “jefe de hogar” existe al interior de una relación jerárquica entre los miembros, el jefe es la persona más importante de la familia y que esta regularmente presente en el hogar, es el miembro con mayor autoridad en la toma de decisiones de la familia que es el principal soporte económico del hogar”. (Acosta 1997:95)

El 5% por enfermedad de su esposo, este tipo de actividades les permite tener flexibilidad del cuidado de enfermos y el 8% inicia por otras circunstancias. Ver gráfica No. 16.

GRAFICA NO. 16
RAZONES INFLUYERON PARA QUE DECIDIERA EMPRENDER SU ACTUAL MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Ante estos resultados, se puede observar que muchas de las mujeres, buscan atacar la situación emprendiendo algo por ellas mismas (y en muchos casos involucrando a su esposo a su negocio), lo que les permite tener cubierto el aspecto laboral y el aspecto familiar, combinando estas actividades, logrando cierta estabilidad en ambas. De acuerdo a Caputo y Dolinsky (1998) para las madres, la empresarialidad ofrece una mayor flexibilidad necesaria para combinar las responsabilidades domésticas y profesionales.

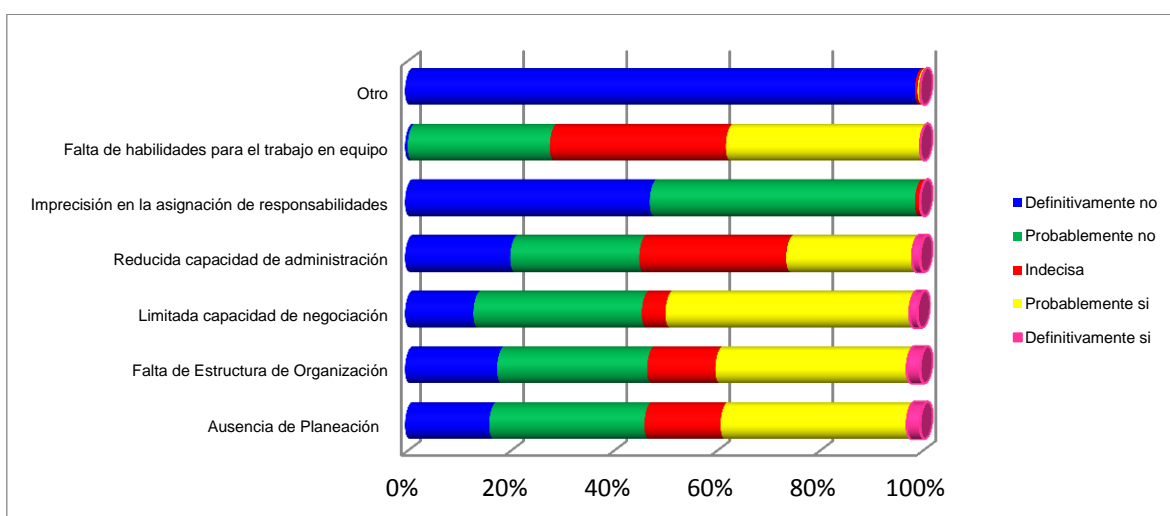
Las mujeres al combinar las labores domésticas, familiares y laborales, logran también que sus esposos se involucren en las actividades de la microempresa (ya sea por convicción de ellos mismos, o bien porque es la mejor alternativa de acuerdo a la falta de oportunidades de empleo en México), trabajando estos en áreas específicas que las mujeres les designan de acuerdo a su experiencia, y atendiendo a esto, se vuelven una pieza

importante dentro de la microempresa, dado que, se les delegan actividades que requieren de un grado alto de confianza, y en muchos casos, su negocio logra despuntar, más aún si se considera que en algunos casos los esposos apoyan no solo en las actividades laborales, sino también con recursos económicos.

Una vez puesta en marcha la microempresa, esta va presentando una serie de problemas día a día, los cuales tienen que afrontar las mujeres, y de acuerdo a la experiencia de las encuestadas, la ausencia de planeación en sus actividades, definitivamente sí y probablemente sí, representa un 39% entre los tipos de problemas que enfrenta la microempresa, 15% son indecisas y para el 46% definitivamente no y probablemente no, ver gráfica No. 17, muchas de las mujeres procuran constantemente definir y planear sus actividades para definir el rumbo del trabajo diario.

GRAFICA NO. 17

¿QUÉ TIPO DE PROBLEMAS SE PRESENTARON EN EL CRECIMIENTO DE SU MICROEMPRESA?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

La falta de estructura organizacional, entre los problemas para dirigir su microempresa representa el 47%, quienes establecen que definitivamente no y probablemente no, 13% son indecisas y 40% definitivamente sí y probablemente sí, tienen dicha carencia. Ver gráfica No. 17. Ante esto, se observa que aunque la mayoría de las

mujeres no tiene un organigrama de su microempresa por escrito, definiendo las funciones de cada puesto (lo que sería idóneo), muchas de ellas sí saben a la hora de delegar qué actividades debe hacer cada uno de sus empleados y el orden jerárquico que ocupa cada uno de estos al momento de la toma de decisiones.

Otro aspecto que en ocasiones se llega a tornar complicado es la negociación con diferentes entes inmiscuidos en su labor diaria como proveedores, empleados, e incluso clientes, y ante esto se tiene que uno de los problemas que tienen para dirigir su microempresa, es la limitada capacidad de negociación que presentan las microempresarias expresandolo de la siguiente manera: 50% definitivamente si y probablemente sí, mientras que el 46% definitivamente no y probablemente no, el 5% se mantienen indecisas. Como se muestra en la gráfica No. 17.

Otro problema que presentan es la reducida capacidad de administración y los resultados son los siguientes: 45% dice que definitivamente no y probablemente no representa un problema para dirigir el negocio la falta de administración, 29% se muestran indecisas y 26% definitivamente si y probablemente sí, dijeron tener esto como problema. Ver gráfica No. 17. Al respecto es posible establecer que muchos de los problemas en administración, son debido a que las mujeres no logran optimizar los recursos de forma correcta, además de que sus gastos rebasan sus ingresos, y muchas veces es complicado detectar el problema porque no se llevan los controles adecuados, o simplemente las mujeres (sobre todo aquellas que no tienen un nivel escolar alto) no cuentan con los conocimientos teóricos para dar solución a esta problemática.

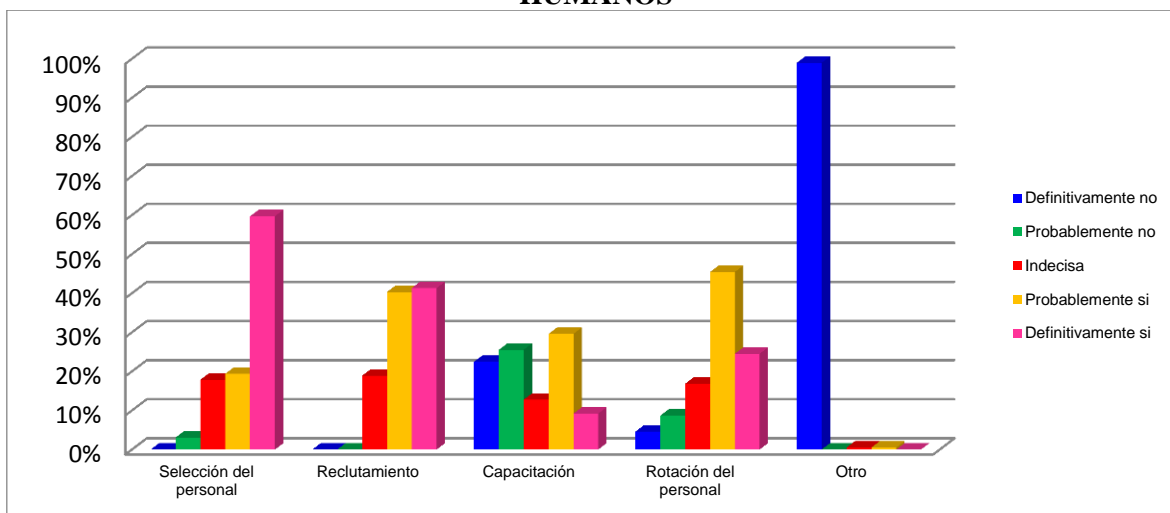
En torno a la imprecisión en la asignación de responsabilidades el 99% respondió que definitivamente no y probablemente no, tiene problema con establecer las actividades y funciones así como la responsabilidad de cada integrante de la microempresa, esto puede llegar a ser resultado de la experiencia en el ramo, solo el 1% se encuentra indecisa. Como se observa en la gráfica No. 17.

En cuanto a la falta de habilidades para el trabajo en equipo el 38% establece que probablemente si representa un problema para dirigir el negocio, 34% se encuentra indecisa, 28% probablemente no y 1% definitivamente no. Ver gráfica No. 17. Respecto a esto, se puede establecer que aunque la mayoría de las mujeres logran designar las actividades de forma correcta y clara al resto de sus empleados, para la gran mayoría de ellas, representa todo un reto que estos logren trabajar de forma compaginada, se ayuden y complementen mutuamente para realizar sus actividades.

Al cuestionarles si existía algún otro problema que se presentará en cuanto al crecimiento de su empresa el 98% respondió que definitivamente no, 1% se mostró indecisa y 1% probablemente dijo que sí. Como se observa en la gráfica No. 17. La microempresaria que manifestó que si, no mencionó cual era el problema limitándose a contestar el cuestionario de acuerdo las diferentes opciones que ofrece la escala de Likert.

Los empleados es un tema que resulta de vital importancia, los resultados de este grupo de microempresarias se pueden observar en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 18
PRINCIPALES PROBLEMAS QUE TIENE SU MICROEMPRESA DE RECURSOS HUMANOS



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Respecto al reclutamiento el 41% definitivamente si presenta problemas, 40% probablemente sí y el 19% indecisa. Ver gráfica No. 18 En este rubro, se presentan complicaciones en el reclutamiento debido a que las mujeres no cuentan con un área enfocada a recursos humanos que les permita estar en búsqueda del personal, un reclutador o reclutadora que les apoye con este tema y en lugar de esto, acuden a métodos tradicionales como avisos afuera de sus establecimientos o la recomendación con amigos, familiares y empleados del personal que les pudiera funcionar para cubrir su vacante.

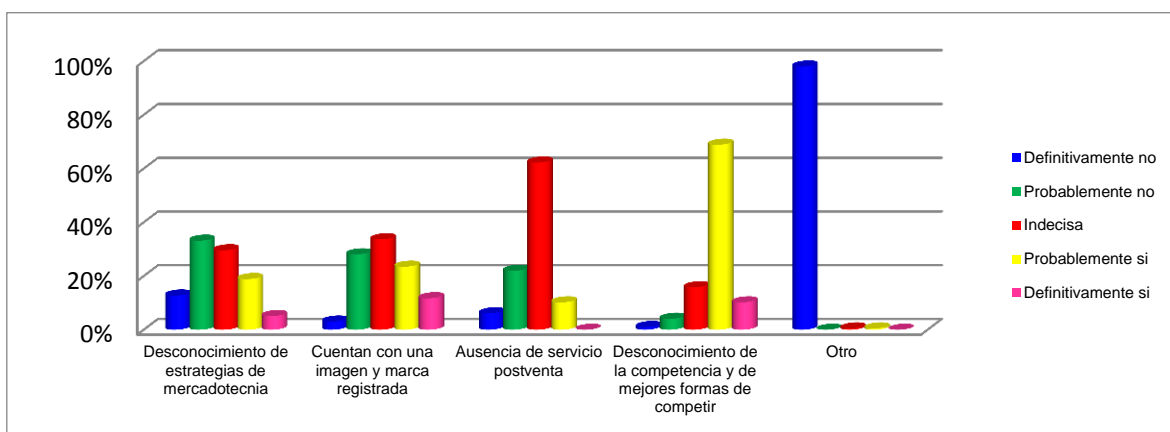
En cuanto a la selección del personal el 60% manifestó que definitivamente si tiene problemas, 19% probablemente si, 18% se encuentra indecisa y solo el 3% probablemente no. Como se muestra en la gráfica No. 18. Esto generalmente se presenta porque no cuentan con la experiencia y las habilidades para poder entrevistar y elegir el candidato y poder definir con base en pruebas psicométricas así como otros estudios, quién es el candidato más óptimo para desempeñar la actividad encomendada, a la larga se convierte en una situación negativa debido a que la persona que está ocupando el puesto, por falta de habilidad para este, no se desempeña de la mejor forma.

Al realizar la encuesta la mayor parte de los empleados que trabajan en la microempresa de alimentos y bebidas contratan a mujeres, esto se encuentra estrechamente vinculado a la actividad que realizan que es considerada como femenina y es donde las mujeres cuentan con mayor habilidad y experiencia, lo que se relaciona con los resultados de la capacitación del personal, en donde encontramos que el 39% definitivamente si y probablemente si reciben capacitación, 13% se mantienen indecisas y 25% probablemente no y 23% definitivamente no tomaron capacitación. Como se muestra en la gráfica No. 18.

Por lo tanto, el personal es una parte fundamental en la microempresa y es un aspecto que se tiene que cuidar, si se pretende continuar en el mercado y competir con las empresas que ofrecen alimentos y bebidas, las mujeres deben tomar decisiones correctas y formar equipos de trabajo solidos que den respuesta a las demandas de la microempresa.

Respecto a la mercadotecnia, hoy en día resulta fundamental para cualquier empresa y especialmente para las microempresas de este sector, quienes muchas veces tienen desconocimiento de las estrategias de mercadotecnia como se observa en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 19
TIPO DE PROBLEMA RELACIONADO CON VENTAS O MERCADOTECNIA



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

De acuerdo a la muestra los resultados en torno al desconocimiento de estrategias de mercadotecnia los resultados son el 5% definitivamente si, 19% probablemente sí, 30% indecisa, 33% probablemente no, 13% definitivamente no. Al cuestionar si cuentan con una imagen y marca registrada las respuestas son las siguientes; 3% definitivamente no, 28% probablemente no, 34% indecisa, 23% probablemente sí, 12% definitivamente sí. Como se puede observar en la gráfica No. 19. En cuanto a la ausencia de servicio postventa el 10% manifestó que probablemente sí, 62% indecisa, 22% probablemente no, 6% definitivamente no, con respecto al desconocimiento de la competencia y de mejores formas de competir el 1% definitivamente no, 4% probablemente no, 16% indecisa, 69% probablemente sí, 10% definitivamente sí. Las respuestas que manifestaron si existía otro problema son las siguientes; 1% probablemente sí, 1% indecisa, 98% definitivamente no. Ver gráfica No. 19.

De acuerdo con Rodrigo-Alarcon *et.al.* (2014) las capacidades de marketing se vinculan con la obtención de ventajas en las relaciones de la empresa con sus clientes, englobando los mecanismos necesarios para integrar el conocimiento del mercado en los

procesos internos y el desarrollo de nuevos productos. Son necesarias y prioritarias debido a que cada vez se encuentra una mayor competencia en el mercado.

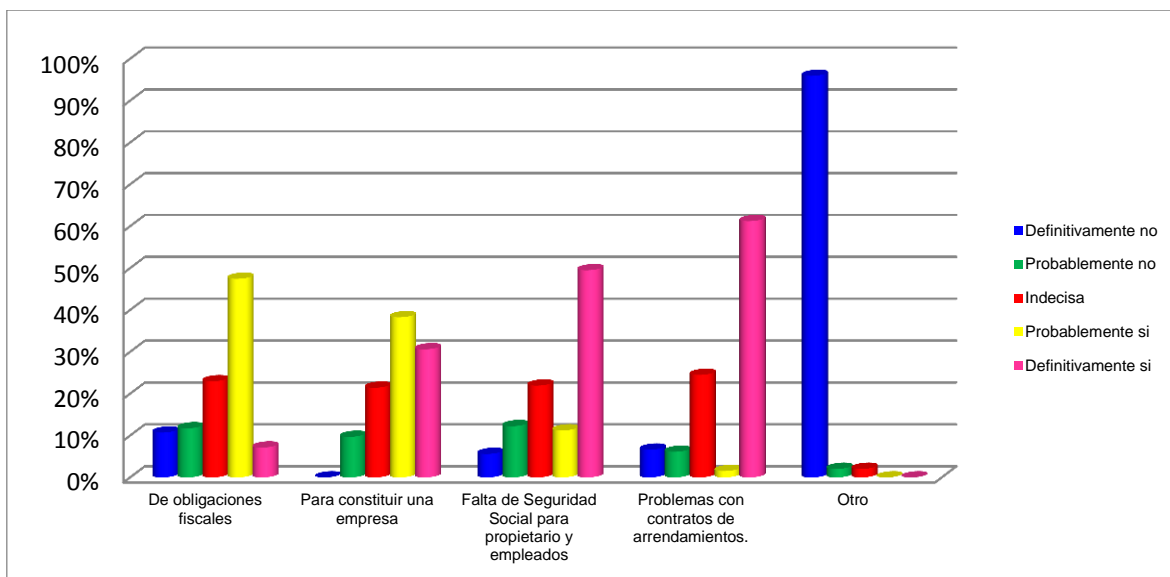
De ahí la importancia de contar con conocimientos de mercadotecnia las mujeres que deciden emprender una microempresa ya que el posicionamiento, la publicidad son herramientas sumamente importantes para dar a conocer el producto y servicio que ofrecen y permanecer en el mercado.

Muchas de las mujeres microempresarias, presentan problemáticas desde el punto de vista legal, respecto a las normas para constituirse legalmente como empresa, las cargas tributarias, así como la falta de seguridad social y (para el caso de los establecimientos que no son propios), problemas con el arrendamiento.

Los problemas que se relacionan con aspectos legales “se tiene la idea de que las gestiones de gobierno son engorrosas y mal aplicadas, generan cuellos de botellas a causa de la burocracia. Asimismo, de que los impuestos federales y estatales ahorcan a las empresas”. (Cerdeña, *et. al.*, 2008:14), situación por la cual, muchas de las mujeres no formalizan sus empresas tal como marca la normatividad vigente.

De acuerdo a las respuestas de este grupo de microempresarias en torno a problemas fiscales el 7% definitivamente si tiene problemas, 47% probablemente sí, 23% se encuentran indecisas, 12% probablemente no y 11% definitivamente no. Ver gráfica 20. Este tema, resulta algo complicado para las microempresarias, quienes por el miedo al pago excesivo de impuestos, optan por operar en la informalidad.

GRAFICA NO. 20
TIPO DE PROBLEMAS LEGALES QUE TIENE DE SU MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Ante esto, el gobierno mexicano, implementó hace un par de años el llamado “Régimen de Incorporación Fiscal” (antes denominado Régimen de los Pequeños Contribuyentes a nivel Estatal), tiene como principal objetivo que todas las micro y pequeñas empresas que generen ingresos hasta por dos millones de pesos anuales, que se encuentren dadas de alta ante el Sistema de Administración Tributaria (SAT), paguen impuesto primeramente de forma gradual (el primer año no se gravan impuestos, segundo año únicamente el 10%, tercer año 20% y así sucesivamente hasta que graven el 100% con el paso de los años y el crecimiento de la empresa). Esto definitivamente es una opción para todas aquellas mujeres microempresarias que no tienen el capital inmediato para pagar sus cargas fiscales, pero que con los años y el crecimiento de sus empresas, podrán hacerlo y las convertirá en empresas formales.

Por otro lado, en el área de la constitución de su microempresa, lo que se encontró es lo siguiente: para el 10% probablemente no representa un problema legal, 21% se mostró indecisa, 38% probablemente sí y 31% definitivamente sí dijo que es un problema. Como se observa en la gráfica 20. Estos datos surgen del hecho de que las

microempresarias encuentran complicado poder constituirse como una sociedad legal, debido primeramente a los requisitos necesarios para poder materializar esto (entre ellos el pago del acta constitutiva ante el notario y las cargas fiscales distintas y más altas al de una persona física), y en general a la estructura accionaria, misma que debe ser elegida de forma muy cuidadosa.

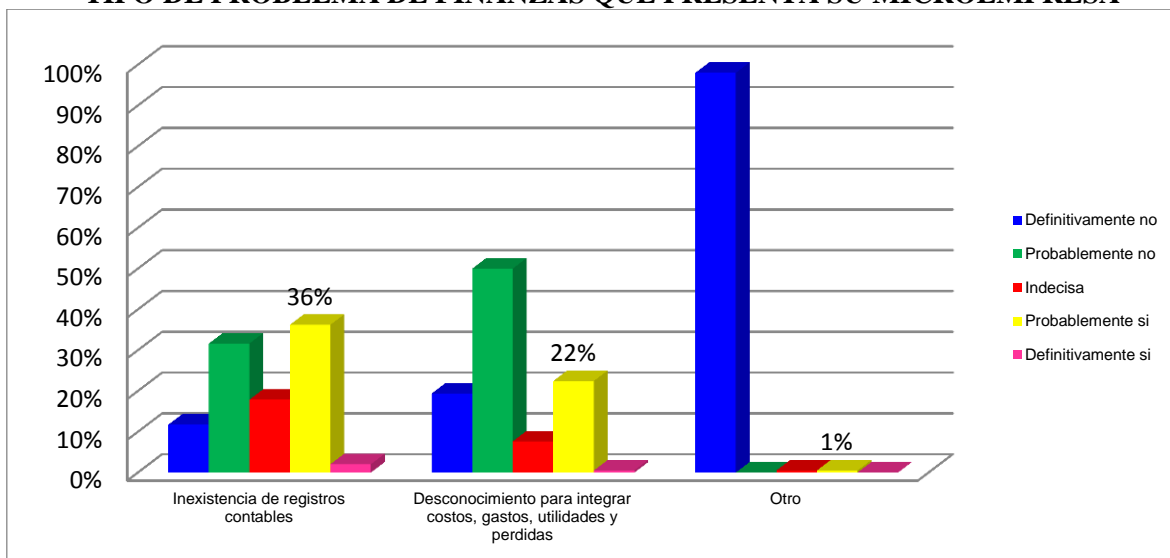
Otro problema que presentan generalmente las microempresas es la falta de seguridad social, en donde el 49% establece que definitivamente si existe el problema, 11% probablemente si, 22% indecisas, 12% probablemente no y solo el 6% definitivamente no. Como se muestra en la gráfica 20. Ante esto, se puede apreciar que es una realidad que la mayor parte de las microempresarias carecen de seguridad social para ellas mismas, y lógicamente para sus empleados, este es un punto muy negativo, pues en caso de enfermedad, de algún accidente por riesgo de trabajo y en general para obtener una pensión para su retiro, se torna muy difícil.

El problema del arrendamiento es muy complicado para este grupo de mujeres, de acuerdo a los resultados el 63% definitivamente sí y probablemente si presentan el problema, 24% están indecisas y el 13% definitivamente no. Ver gráfica 20. Cabe mencionar que muchos de los problemas respecto del bien inmueble que se encuentran arrendando además de la ubicación del mismo, es el cobro tan alto por concepto de renta del establecimiento, lo que significa verdaderamente un reto para las mujeres microempresarias (sobre todo para aquellas que van iniciando su microempresa y que no cuentan con ayuda económica de ningún tipo o algún financiamiento), y aquellas empresas que enfrentan a la competencia que es muy grande, relativamente cerca de donde se encuentran sus establecimientos.

Al cuestionar si existe algún otro problema el 96% respondió que definitivamente no, 2% probablemente no y 2% indecisas. Como se muestra en la gráfica 20.

Los aspectos que se relacionan con las finanzas son fundamentales para el éxito de la microempresa en la siguiente gráfica podemos observar las respuestas de este grupo de microempresarias.

GRAFICA NO. 21
TIPO DE PROBLEMA DE FINANZAS QUE PRESENTA SU MICROEMPRESA



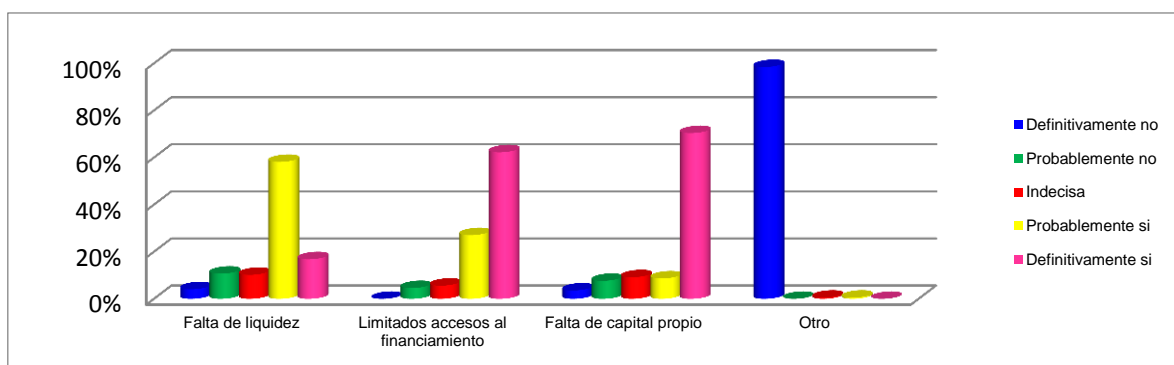
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Un problema que generalmente se presenta en las microempresas es la inexistencia de registros contables, de acuerdo a la repuesta de este grupo de mujeres el 2% definitivamente si, 38% probablemente sí, 18% indecisa, 32% probablemente no, 10% definitivamente no tienen problemas, en cuanto al desconocimiento para integrar costos, gastos, utilidades y pérdidas encontramos que el 19% definitivamente no, 50% probablemente no, 8% indecisa, 22% probablemente sí, 1% definitivamente sí, al preguntar si existe otro tipo de problemas, el 1% probablemente sí, 1 % indecisa, 98% definitivamente no, es importante señalar este grupo de mujeres tienen estudios de carrera comercial y tienen experiencia en este sentido y otras cuentan con estudios de preparatoria, licenciatura y maestría, lo que puede influir a que se presenten estos resultados. Como se muestra en la gráfica No. 21.

Para las microempresarias el capital representa un aspecto fundamental debido a que muchas de estas mujeres tienen que asumir responsabilidades económicas en su hogar y

muchas veces tienden a descapitalizar su microempresa, lo que le impide ahorrar e invertir y con ello hacer crecer el tamaño de la empresa, en la siguiente gráfica se presentan los resultados de este grupo de mujeres:

GRAFICA NO. 22
TIPO DE PROBLEMAS FINANCIEROS PRESENTA SU MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración Propia con base en la encuesta.

La falta de liquidez representa un problema para este grupo de microempresarias, ya que el 75% respondió que definitivamente sí y probablemente sí, ver gráfica No. 20, esto debido a que muchas de ellas presentan fuertes gastos al momento de emprender como el pago de salarios, insumos o materia prima para trabajar, proveedores, etc., y se convierte en un problema cuando no se tiene liquidez para hacer frente a estas obligaciones, por su parte, el 10% se mantiene indecisa y 15% establece que definitivamente no y probablemente no. Como se puede observar en la gráfica No. 22.

En cuanto al acceso limitado al financiamiento, el 5% manifestó que probablemente no representaba un problema, el 6% está indecisa, el 26% probablemente sí, y el 63% definitivamente sí. Como se muestra en la gráfica 22.

Estudios recientes como el realizado por Othman y Maisyarah (2016) establecen la importancia que tienen las microfinanzas para aquellos jóvenes que deciden iniciar una microempresa, debido a la falta de capital y recurrir a microcréditos puede ayudar a solucionar la falta de capital.

Debido a que la mayoría de las instituciones encargadas de otorgar financiamiento a las empresas piden algunos requisitos que son considerados como complicados y en ocasiones las microempresarias no reúnen (acta constitutiva, fiadores y obligados solidarios e incluso bienes en garantía o hipoteca), y muchas de las instituciones otorgan el financiamiento con altas tasas de interés.

En lo que respecta al problema de la falta de capital propio, se tiene que 70% definitivamente si lo considera como una barrera, el 9% probablemente sí, por su parte 9% se mostró indecisa, 8% probablemente no, 4% definitivamente no considera que la falta de capital propio represente un problema. Ver gráfica No. 22. Ante esto, la mayor parte de las mujeres que emprenden, la falta de capital propio definitivamente representa un gran obstáculo, debido a que como se dijo anteriormente, para que ellas puedan ser candidatas y que se les otorguen apoyos de financiamiento para impulsar su microempresa, tienen que cubrir requisitos que establecen las diferentes Instituciones Públicas o Privadas, en caso de que esto no suceda, no tienen oportunidad de hacer crecer su negocio, al no tener dinero propio.

Se les preguntó si existía algún otro problema y el 1% dijo que probablemente no, el 1% indecisa, mientras que el 98% definitivamente no. Como se observa en la gráfica No. 22.

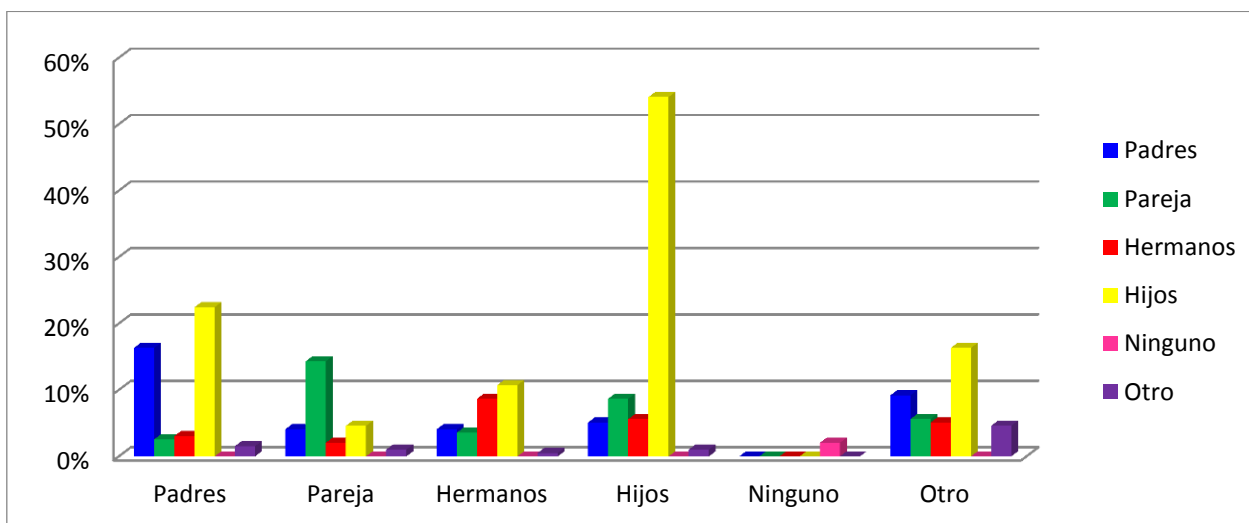
El apoyo moral para una mujer emprendedora es fundamental al igual que el económico, sin embargo, al momento de emprender una microempresa resulta determinante el apoyo de la familia y amigos por el posible fracaso o éxito del emprendimiento. Este aspecto resulta imprescindible y se puede corroborar con la investigación Anil y Azize (2014) quienes establecen que el apoyo familiar amigos y la educación son fundamentales para llevar a cabo las intenciones empresariales.

Los resultados obtenidos son los siguientes: En primer lugar los hijos es el principal apoyo que tiene la mujer, en segundo lugar los padres, en tercer lugar la pareja, en cuanto

lugar los hermanos y en quinto lugar ninguna persona la ha apoyado y sola ha emprendido su empresa. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 23

¿DE QUÉ FAMILIAR HA RECIBIDO MAYOR APOYO MORAL EN SU ACTIVIDAD EMPRENDEDORA?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Es importante señalar que, “Es necesario el consenso y apoyo por parte de familiares cercanos, ya que ellos se verán afectados o estarán involucrados de alguna manera en el sostenimiento de la actividad productiva. Un micro emprendimiento comienza generalmente en forma artesanal y personal. Utiliza recursos existentes en la familia, que suele jugar un papel fundamental. Es muy habitual que algo nuevo comience desde la casa o que requiera de asistencia o colaboración de otros cercanos (hijos, cónyuge, amigos, etc.). Si las mujeres no cuentan con comprensión y ayuda, se hará mucho más difícil el camino”. (Carosio, 2004: 108-109)

Ante esto, se puede observar que definitivamente la familia juega un rol muy importante para que la empresa logre crecer, no solo por el aspecto afectivo, moral y en cuestión de motivación, sino porque es necesario que ayuden con las actividades de la microempresa, muchos de ellos involucrándose en el trabajo y las actividades diarias, así como apoyar en el sentido de que la economía en la familia y la casa puede tornarse

complicada debido a que todo el dinero (o la mayor parte de este) servirá para impulsar a la misma y hacerla crecer y llevarla al éxito.

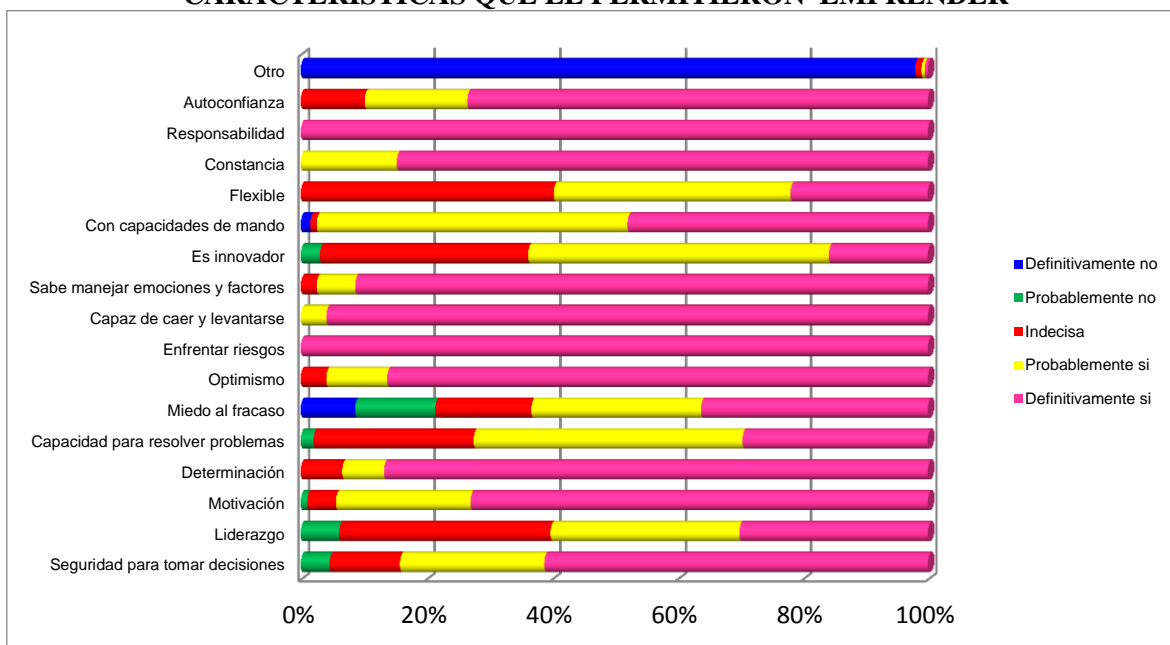
3.6. CARACTERÍSTICAS, MOTIVACIONES Y HABILIDADES DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO.

A partir del objetivo de esta investigación, se plantearon las variables y los constructos que se son afines con el perfil de la mujer emprendedora en la microempresa, abordando las hipótesis que formaron parte de las preguntas del cuestionario, a continuación se presentan los resultados:

3.6.1. CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDIMIENTO

Al preguntar a las microempresarias que características les permitieron emprender una microempresa encontramos que el 61% manifestó que definitivamente si tiene la seguridad para tomar decisiones, 23% probablemente sí, 11% indecisa, 5% probablemente no. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 24
CARACTERÍSTICAS QUE LE PERMITIERON EMPRENDER



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Se observa que la mayoría de las microempresarias requirieron seguridad para tomar sus decisiones, debido a que es imprescindible contar con esta característica para poder hacer frente a los problemas que surgen de acuerdo a las circunstancias que se presentan en el día a día, lo que demuestra que es necesario que la microempresaria esté dispuesta a tomar decisiones independientemente de las repercusiones que se puedan presentar.

De acuerdo a este grupo de mujeres los resultados muestran que 6% probablemente no, 34% indecisa, 30% probablemente sí, 30% definitivamente si, el liderazgo es un factor que ayudó a la mayor parte de estas mujeres para que pudieran emprender su negocio, ver gráfica No. 24, pues su poder de delegar funciones, motivar a su equipo de trabajo, poner el ejemplo de cómo se hacen las actividades de su microempresa, hizo que su pudieran iniciar sus actividades de la mejor manera.

Las mujeres que han decidido emprender una microempresa mencionaron que el 1% probablemente no, 5% indecisa, 21% probablemente sí y 73% definitivamente sí, la motivación tiene un papel sumamente importante para las microempresarias. Ver gráfica No.24, contar con apoyo y motivación por parte de las personas que los rodean (principalmente familiares y amigos), hicieron que creyeran en sí mismas y en su emprendimiento.

El 86% de las mujeres expresaron que la determinación definitivamente sí, es una característica imprescindible para que decidieran emprender, 7% probablemente sí y 7 % indecisa, como se muestra en la gráfica No.24. La determinación permitió llevar a cabo el emprendimiento de su microempresa, de lo contrario se quedarían únicamente con una idea sin materializar.

Al cuestionar la capacidad para resolver problemas encontramos que 30% definitivamente si, 43% probablemente sí, 25% indecisa, 2% probablemente no, como se observa en la gráfica No.24, debido a que es un aspecto al que continuamente se enfrentan

las mujeres que deciden emprender, al encabezar su microempresa y dar solución de la mejor manera a los conflictos que se van presentando día a día.

En cuanto al miedo al fracaso mencionaron que 36% definitivamente sí, 27% probablemente sí, 15% indecisa, 13% probablemente no, 9% definitivamente no, tuvieron miedo al fracaso como se muestra en la gráfica No.24. Cualquier emprendimiento presenta incertidumbre a pesar de existir herramientas que disminuyen la incertidumbre de riesgo, como los planes de negocios o proyectos de inversión siempre existe latente el miedo al fracaso y sobre todo por el riesgo que corre su inversión. Sin embargo, “Uno de los mayores problemas a los que se enfrentan las nuevas iniciativas es el fracaso”. (Fuentelsaz y González, 2015:64).

El optimismo resulta una característica intrínseca importante de todas las mujeres a la hora de emprender, porque si no lograban sentirse motivadas por ellas mismas y con un deseo de hacer crecer en su microempresa con una actitud positiva y optimista ante los retos que se pudieran presentar en el futuro, no tendría éxito la misma. Este grupo de microempresarias expresaron que 4% indecisa, 10% probablemente sí, 86% definitivamente si tuvieron optimismo al emprender su microempresa ver gráfica No. 24.

El 100% de las microempresarias ver gráfica No. 24, saben que cualquier emprendimiento implica riesgos principalmente financieros y legales ya que no se garantiza que este tenga éxito total, al depender de aspectos del macro entorno que no pueden controlar.

Al cuestionar si son capaces de caer y levantarse nuevamente encontramos que el 96% definitivamente sí, 4% probablemente sí, como se muestra en la gráfica No. 24, debido a que pueden surgir problemas en su microempresa de orden financiero, legal o personales, es importante señalar una situación que se presenta frecuentemente en nuestro país, son los asaltos y robo a mano armada dejando estos sin dinero o sin mercancía a las microempresas, debido a la situación económica que se vive, a pesar de estos problemas estas mujeres han decidido levantarse y optar por continuar a pesar de este tipo de circunstancias que están en su contra.

El manejo de emociones tanto positivas como negativas se considera una característica que les permitió emprender su negocio, de acuerdo a los resultados el 3% se mostró indecisa, 6% probablemente sí, 91% definitivamente si, sabe manejar sus emociones, como se observa en la gráfica No.24, el manejo de las mismas ha permitido que cuando surgen cosas muy buenas para su negocio y para ellas, no se dejen influenciar del todo por sentimientos como la felicidad y continúen con sus planes y hagan crecer su microempresa, y por el contrario, cuando algo negativo llega y las cosas no salen bien, también continúen persistiendo en el camino mejorando los puntos débiles y fortaleciendo la resolución de problemas.

Al preguntar a este grupo de mujeres si es innovadora la respuesta es la siguiente; 16% definitivamente si, 48% probablemente sí, 33% indecisa, 3% probablemente no Ver gráfica No. 24. De acuerdo con Mora (2011:75) “la innovación es llevar a cabo actividades o cosas de manera diferente. Es necesario innovar ante la creciente competencia que existe en el mercado y se decide que el emprendimiento sea exitoso es indispensable innovar para desarrollar de forma eficaz el funcionamiento de la microempresa”.

La capacidad de mando es un factor imprescindible en toda empresa, para delegar las actividades que día a día ejecuta el personal y por ello es que resulta imprescindible que las mujeres tengan autoridad y poder de mando respecto de sus empleados para poder satisfacer correctamente las necesidades de los clientes y brindar un buen servicio que haga que estos regresen continuamente a consumir lo que vende la microempresa. Encontrando que el 48% definitivamente si tiene capacidad de mando, 49% probablemente sí, 1% indecisa y 2% definitivamente no, como se muestra en la gráfica No. 24.

Al cuestionar si es flexible en su microempresa, la respuesta es la siguiente; 40% indecisa, 38% probablemente sí, 22% definitivamente sí, es flexible, ver gráfica No. 24, y esto se relaciona con la capacidad que tienen para entender los diferentes problemas que se pueden presentar en la vida personal de sus empleados, ya que ellas tienen las responsabilidad de dirigir su microempresa, atender su hogar, cuidado de los hijos cuando

los tienen y esto hace que las mujeres comprendan a su personal a pesar de mostrar autoridad es necesario tener flexibilidad si se quiere lograr el éxito de su empresa.

En cuanto a la constancia que presentan este grupo de microempresarias encontramos que el 15% probablemente sí, 85% definitivamente sí, la consideran necesaria, como se observa en la gráfica No. 24, para funcionar correctamente, por ejemplo; abrir diariamente el establecimiento, cuidar las instalaciones y el personal, establecer horarios y respetarlos siempre y en general tener lineamientos y hacer que estos se cumplan.

El 100% de las microempresarias ver gráfica No. 24. Establece que la responsabilidad es básica para emprender una microempresa y no solo para esto, sino para poder llevar a cabo todo tipo de actividad, pues la responsabilidad hace que la emprendedora cumpla con sus funciones diariamente de forma correcta.

La autoconfianza es una característica necesaria para poder emprender una microempresa, el 10% se mostró indecisa, 16% probablemente sí y 74% definitivamente sí, ver gráfica No. 24, confiaron plenamente en ellas mismas y en sus actividades mostrando una mayor firmeza en la toma de decisiones y una mejor capacidad de resolución de problemas con su equipo de trabajo, para que su emprendimiento sea exitoso.

Al preguntar si existe otra característica la respuesta es la siguiente 1% definitivamente sí, 1% probablemente sí, 1% indecisa, 97 % definitivamente no, como se muestra en la gráfica No. 24.

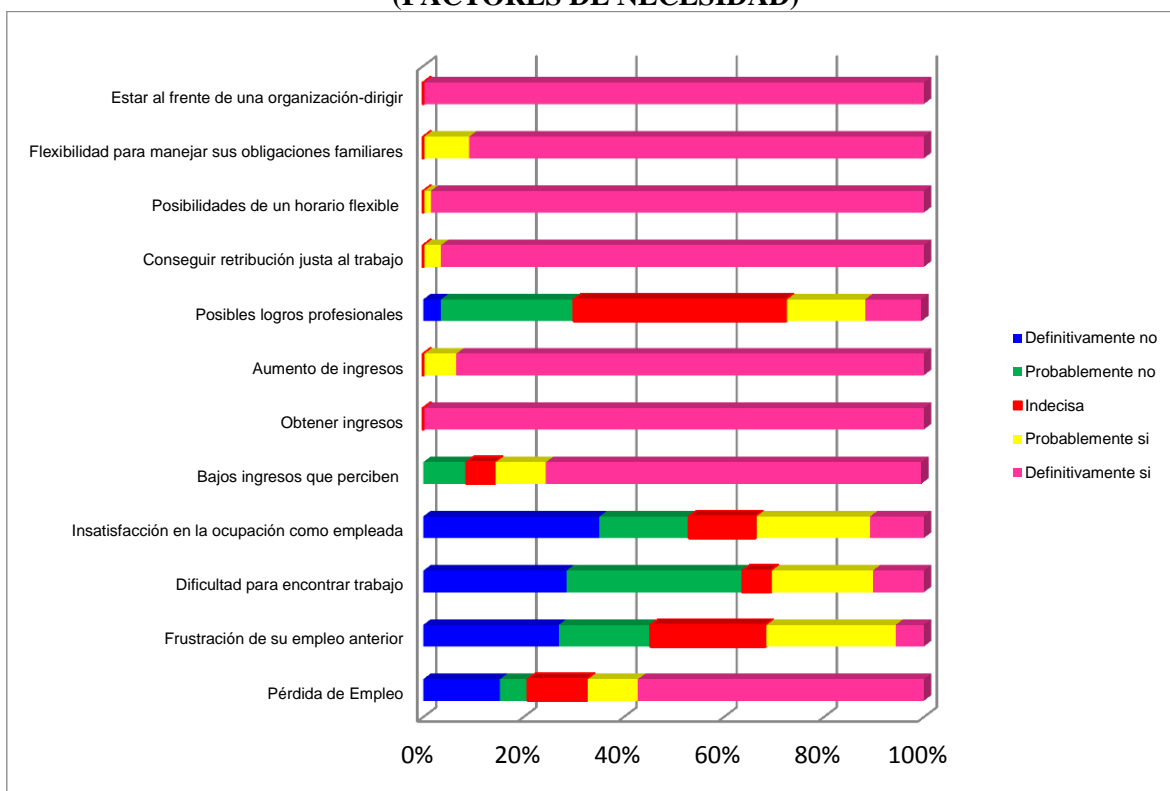
3.6.2. MOTIVACIÓN DE EMPRENDIMIENTO

El grado de motivación para que las mujeres emprendan una empresa como se mencionó en el capítulo No. I, depende de los objetivos personales que tienen, los cuales pueden ser de necesidad o de oportunidad a continuación se muestran los resultados encontrados en este grupo de microempresarias:

3.6.2.1. FACTORES DE NECESIDAD

La pérdida de empleo es un motivo por el cual las mujeres suelen emprender una microempresa, sin embargo, pueden existir otras razones personales, no tener suficiente tiempo para atender a sus hijos, esposo y hogar debido a los horarios tan demandantes en sus fuentes de trabajo, por recorte de personal o presupuestario les pidieron su renuncia, por alguna enfermedad que les impidió continuar con su empleo, por problemas con sus jefes inmediatos o con sus compañeros, encontrando los siguientes resultados en torno a la pérdida de empleo que fue lo que las motivó a iniciar su microempresa teniendo las siguientes respuestas; 57% definitivamente si, 10% probablemente sí, 12% indecisa, 6% probablemente no, 15% definitivamente no. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICA NO. 25
MOTIVOS PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA
(FACTORES DE NECESIDAD)



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Al preguntar si existía frustración de su empleo anterior encontramos que 27% definitivamente no, 18 % probablemente no, dichos resultados se deben a que tenemos una cultura de ser empleadas y no empleadoras, 23% indecisa, 26% probablemente sí, 6% definitivamente si existía, lo cual se presenta porque el trabajo no es reconocido ni remunerado adecuadamente o decidieron no volver a ser empleadas y emprender su microempresa. Ver gráfica No. 25.

En cuanto a la dificultad para encontrar trabajo el 29% definitivamente no tuvo problema, 35% probablemente no, 6% indecisa, 20% probablemente sí, 10% definitivamente si, como se muestra en la gráfica No. 25, tuvo problema debido a la escasa oportunidad laboral en nuestro país y los salarios tan bajos, así como la edad, orilla a las mujeres a emprender microempresas para generar su propio empleo. Sin embargo, para algunas mujeres de este grupo, su trayectoria académica, profesional o laboral, no tenían dificultad para encontrar empleo, pero prefieren tener algo propio siendo un deseo personal y profesional.

Al cuestionar si existía insatisfacción en la ocupación como empleada encontramos que 11% definitivamente si, 23% probablemente sí, 13% indecisa, 18% probablemente no, 35% definitivamente no, ver gráfica No. 25, les generara algún tipo de insatisfacción al ser empleadas y trabajar para alguien más, sin embargo, las mujeres que emprenden microempresas desean superarse y obtener un trabajo donde ellas son las que encabezarán su empresa y quienes toman las decisiones.

Al preguntar a este grupo de mujeres si emprendieron su microempresa por los bajos ingresos que percibían y 75% respondió que definitivamente si, 10% probablemente sí, 6% indecisa, 9% probablemente no, debido a que percibían salarios atractivos, como se observa en la gráfica No. 25. Sin embargo, muchas mujeres tienen que lidiar con un salario bajo y con una carga horaria pesada, esto es lo que las motiva a convertirse en microempresarias.

El principal motivo para emprender una microempresa se relaciona con la obtención de ingresos ya que el 100% definitivamente si lo hicieron para generar su empleo e ingreso y ofrecerles trabajo a otras personas. Ver gráfica No. 25.

Las mujeres encuestadas emprendieron su microempresa para incrementar sus ingresos ya que el 7% probablemente sí, 93 % definitivamente si, como se muestra en la gráfica No. 25. Buscan aumentar significativamente sus ingresos.

En cuanto a los posibles logros profesionales encontramos que 4% definitivamente no, 27% probablemente no, 42% indecisa, 16% probablemente sí, 11% definitivamente si, intentan incursionar a esta actividad, como se observa en la gráfica No. 25. Sin embargo, muchas de las mujeres microempresarias, al no tener una formación académica, no buscaban alcanzar un logro profesional al comenzar su microempresa, muchas de ellas se muestran indecisas respecto de esta situación.

La retribución justa al trabajo de las mujeres microempresarias es un factor que las motivó a emprender su negocio, de acuerdo a los resultados 4% probablemente sí, 96% definitivamente si, como se muestra en la gráfica No.25, esto debido a que muchas de ellas piensan que vale la pena, pues estarían invirtiendo tiempo, dinero y esfuerzo en algo propio y no trabajando para alguien más, que en un futuro no valoraría todos estos esfuerzos y la retribución muchas veces no es compensada de acuerdo a las funciones que desarrollan.

Al cuestionar las posibilidades de emprender una microempresa por tener la posibilidad de un horario flexible encontramos que 2% probablemente sí, 98% definitivamente si, como se observa en la gráfica No. 25, debido a que a simple vista tener una microempresa y ser su propia jefa resulta ser sencillo y se pueden gozar de ciertos privilegios como el horario y la posibilidad de salir momentáneamente cuando ellas así lo requieran o necesiten, en realidad tienen responsabilidades más grandes que cuando

trabajaban en algún otro sitio donde tenían un jefe, pues justamente son ellas las que tienen que decidir y ejercer poder de mando.

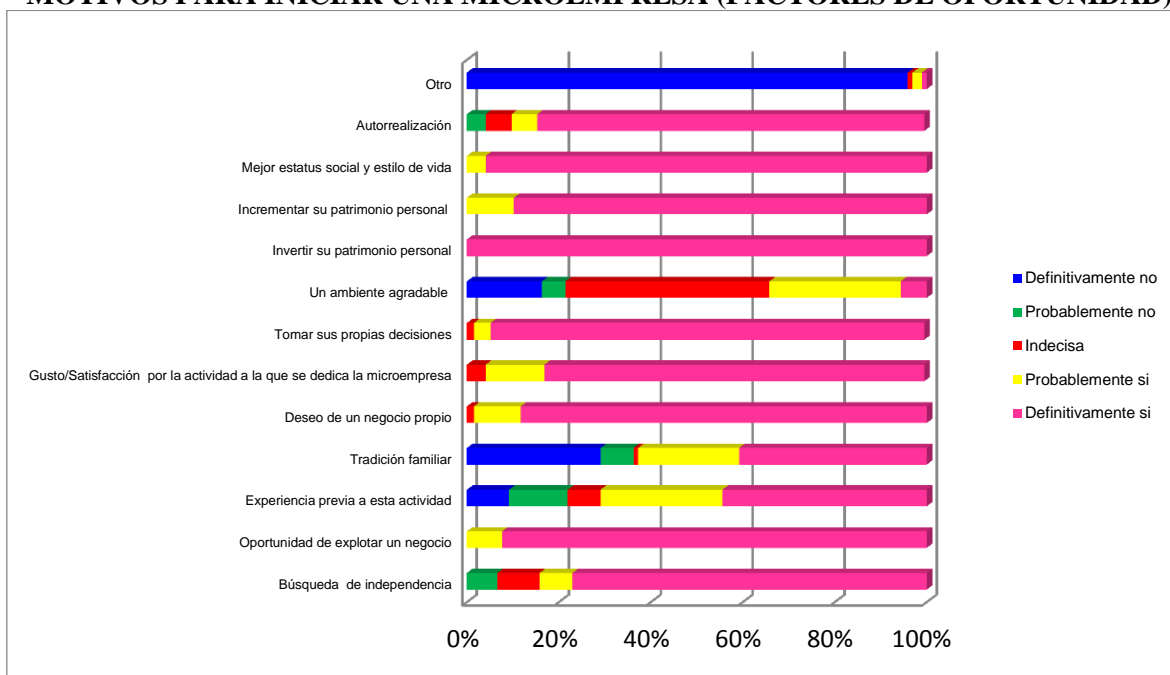
Gran parte de las mujeres que tienen una microempresa, comenzaron sus operaciones teniendo en mente que podrían combinar sus actividades profesionales como familiares, sobre todo aquellas que tienen hijos pequeños, que se encuentran estudiando la educación escolar básica, pues tienen oportunidad de llevarlos a su escuela, recogerlos y apoyarlos con sus tareas y actividades extra escolares o cuidado de familiares o esposo, así como la responsabilidades del hogar, teniendo la flexibilidad de organizar su tiempo atendiendo a ambos aspectos: el laboral y el familiar lo cual, se relaciona con los siguientes resultados 98% definitivamente si, 2% probablemente sí. Ver gráfica No. 25.

El 100% definitivamente si han emprendido su microempresa por estar al frente y dirigir, tomar decisiones es un motivo muy importante que ellas evaluaron para convertirse en microempresarias. Como se observa en la Gráfica No. 25.

3.6.2.2. FACCTORES DE OPORTUNIDAD

Muchas de las mujeres que emprenden microempresas lo hacen por la búsqueda de independencia, de acuerdo a los resultados de este grupo de microempresarias el 7% probablemente no, 9% indecisa, 7% probablemente sí y 77% definitivamente si, decidieron emprender debido a la búsqueda de independencia, tratando de tomar sus propias decisiones sin necesidad de ser aprobadas por alguien más, ajustar sus horarios a sus necesidades personales. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO.26
MOTIVOS PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA (FACTORES DE OPORTUNIDAD)



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Al cuestionar a este grupo de mujeres si visualizaron la oportunidad de explotar un negocio en el subsector de venta de alimentos y bebidas las respuesta fue la siguiente; 8% probablemente sí, 92% definitivamente si, como se puede observar en la gráfica No. 26, a pesar de que existe una gran competencia en el subsector de venta de alimentos y bebidas, el hecho de incursionar a un sector en donde se ha considerado como una actividad que es relacionada con las labores que desempeñan las mujeres y conocer los procesos, les da una gran oportunidad para competir en el mercado.

La mayor parte de las mujeres que deciden emprender lo hacen porque tienen experiencia previa en la actividad. De acuerdo a Ventura y Quero (2013:131) “la experiencia previa en el sector donde se inicia una actividad por cuenta propia está relacionada con la percepción de control sobre el resultado de emprendimiento”. La respuesta de este grupo de microempresarias es la siguiente; 9% definitivamente no, 13% probablemente no, 7% indecisa, 27% probablemente sí, 44% definitivamente si, tenían experiencia previa en esta actividad. Ver gráfica No.26.

Muchas mujeres deciden emprender una microempresa porque tenían cierto grado de experiencia en el rubro o en la actividad en la que actualmente se desempeñan, debido a que sus familiares cercanos tenían negocios similares o incluso iguales a los que actualmente tienen, sin embargo, otras mujeres emprenden porque el subsector de venta de alimentos y bebidas se relaciona con actividades consideradas femeninas y pueden tener experiencia o conocimientos del sector al que incursionaron, los resultados de este grupo de microempresarias es el siguiente; 29% definitivamente no, 7% probablemente no, 1% indecisa, 22% probablemente sí, 41% definitivamente si por tradición familiar y esto ayuda a saber dónde, cuándo, cómo y con quién comprar los insumos o materia prima para comenzar a trabajar, además de cierto conocimiento sobre los posibles problemas a enfrentar, así como soluciones, como se observa en la gráfica No.26.

El deseo de un negocio propio es lo que motiva a las mujeres a emprender una microempresa, lo que les permitiría generar su propio empleo y estar al frente de su empresa y tomar decisiones sobre el rumbo de esta. De acuerdo a los resultados de este grupo de mujeres encontramos que el 2% indecisa, 10% probablemente sí y 88% definitivamente si, deseaban tener un negocio propio. Como se muestra en la gráfica No. 26.

Al cuestionarles el gusto/satisfacción por la actividad a la que se dedica la microempresa encontramos que el 2% indecisa, 10% probablemente sí, 88% definitivamente si mostraron un gusto por la actividad que desempeñan, lo cual hace que la labor sea más llevadera. Como se muestra en la gráfica No 26.

Tener un negocio propio, le permite a la mujer tomar las decisiones que considera adecuadas al dirigir su microempresa y optar por las mejores alternativas para el correcto funcionamiento de la misma, de acuerdo a los resultados obtenidos encontramos que el 2% indecisa, 4% probablemente sí y 94% definitivamente si resulta muy importante tomar sus propias decisiones. Ver gráfica No. 26.

Al cuestionar si un motivo para emprender su microempresa es para tener un ambiente agradable encontramos que 16% definitivamente no, 5% probablemente no, 44% indecisa, 29% probablemente sí, 6% definitivamente si, como se observa en la gráfica No. 26, si bien es cierto, que se busca una atmósfera sana y buena dentro de la empresa, también lo es que las prioridades al momento de emprender fueron otras como por ejemplo tomar sus propias decisiones, tener un negocio propio, independencia, etc.

Las mujeres que emprenden microempresas generalmente lo hacen con el capital que han logrado ahorrar o proveniente de algún tipo de herencia, o patrimonio resultado de su trabajo, el 100% de este grupo de microempresarias mencionaron que decidieron invertir su patrimonio personal en su microempresa, Ver gráfica No. 26.

Un motivo que incentiva a las mujeres a emprender su microempresa es porque pueden llegar a incrementar su patrimonio personal, la respuesta de este grupo de mujeres es la siguiente; 10% probablemente sí y 90% definitivamente si, consideran que a través de su empresa logran incrementar su patrimonio pensando en el bienestar de su familia. Como se puede observar en la gráfica No.26.

Las mujeres que tienen la intención de emprender una microempresa y se dan cuenta como mejora su estilo de vida así como su status social de las microempresarias que se incorporan al subsector de venta de alimentos y bebidas, las motiva a incursionar en dicho sector como lo demuestran los siguientes resultados 4% probablemente sí y 96% definitivamente sí. Ver gráfica No. 26.

Otro motivo que lleva a las mujeres a emprender una microempresa es por la satisfacción de sentirse realizada en su actividad diaria al dirigir una empresa, en donde pueden desarrollar los conocimientos adquiridos y explotar la experiencia obtenida y generar su propio empleo así como el de las personas que laboran en su microempresa, encontrando que el 83% definitivamente si, 6% probablemente sí, 6% indecisa, 5% definitivamente no, lo cual puede ser porque en su empleo gozaban de reconocimiento, ingreso atractivo y ambiente agradable. Como se muestra en la gráfica no. 26.

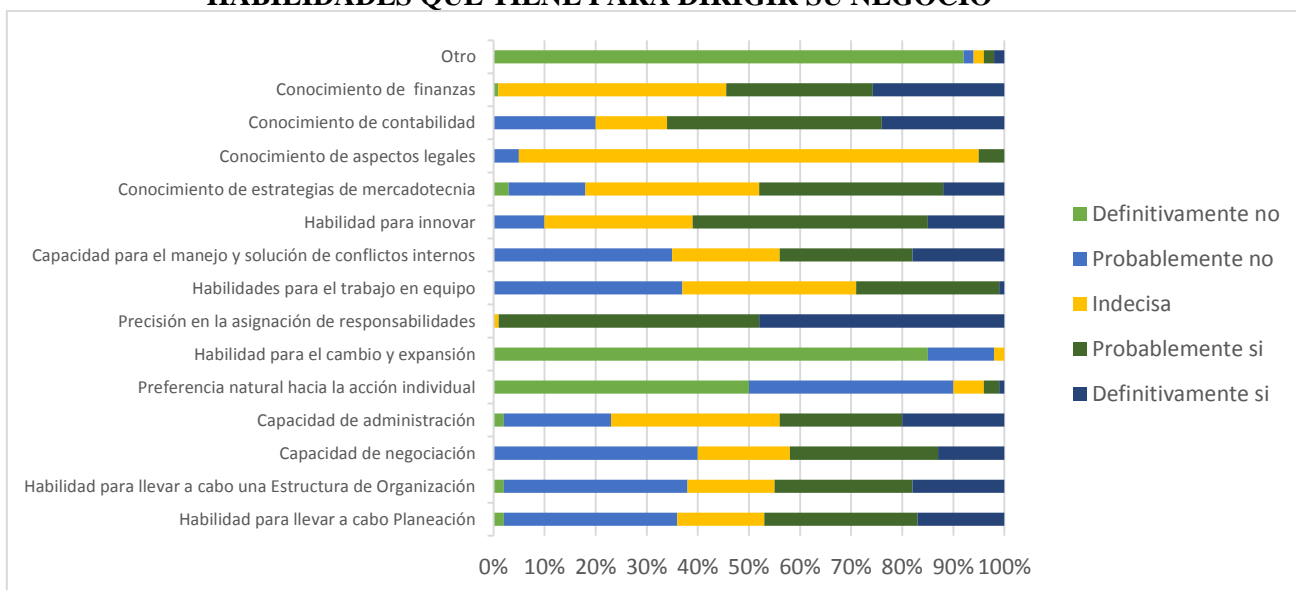
Al cuestionar si existe otra característica la respuesta es la siguiente 96% definitivamente no, 1% indecisa, 2% probablemente sí, 1% definitivamente si, como se puede observar en la gráfica No. 26.

3. 6.3. HABILIDADES DE EMPRENDIMIENTO

Las mujeres que emprenden una microempresa deben tener habilidades y conocimientos para realizar las actividades de manera eficiente para alcanzar el éxito de su empresa, al cuestionar sobre este tema encontramos las siguientes respuestas de este grupo de mujeres encuestadas.

Para llevar a cabo el correcto funcionamiento de la microempresa es necesario tener habilidades para mantener congruencia en la planeación que permita el éxito de la microempresa a través de las metas, objetivos, estrategias, recursos, lo cual puede servir como guía para aprovechar las oportunidades para coordinar el buen funcionamiento de la empresa, al preguntar si tenían esta habilidad encontramos que el 47% definitivamente si y probablemente sí, 17% indecisa, 34% probablemente no, 2% definitivamente no tienen la habilidad para llevar a cabo la planeación. Como se muestra en la gráfica No.27.

GRAFICA No. 27
HABILIDADES QUE TIENE PARA DIRIGIR SU NEGOCIO



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

La estructura organizacional de una empresa es determinante para establecer las funciones del puesto que ocuparan los empleados considerando las jerarquías y actividades del personal idóneo, siendo de suma importancia las habilidades que presentan las microempresarias, de acuerdo a este grupo de empresarias encontramos que 18% definitivamente si, 27% probablemente sí, 17% indecisa, 36% probablemente no, 2% definitivamente no, tiene habilidad para llevar a cabo una estructura de organización. Como se observa en la gráfica No. 27.

Una habilidad que tiene deficiencias evidentes es la capacidad de negociación y esto tiene una relación con la discriminación que existe hacia las mujeres aunado a los perjuicios de muchos varones de entablar negociaciones con mujeres, esto se deriva del comportamiento de la sociedad mexicana donde el machismo se percibe aún hoy en día, a pesar de esta situación las mujeres hacen su mayor esfuerzo por realizar negociaciones que sean benéficas para sus empresas y la experiencia de anteriores emprendimientos arrojan los siguientes resultados 13% definitivamente si, 29% probablemente sí, 18% indecisa, 40% probablemente no, tiene habilidades para llevar a cabo una negociación. Como se muestra en la gráfica No. 27.

Para las mujeres que emprenden microempresas resulta muy importante tener la capacidad de administrar su microempresa, este grupo de microempresarias establece que el 2% definitivamente no, 21% probablemente no, 33% indecisa, 24% probablemente sí, 20% definitivamente si, como se puede observar en la gráfica No. 27, tienen la capacidad de establecer los procedimientos administrativos, coordinar, supervisar y controlar las actividades para cumplir las metas planteadas de manera eficaz, y con ello alcanzar el éxito de su emprendimiento.

Al cuestionar si existe una preferencia natural hacia la acción individual encontramos que 1% definitivamente si, 3% probablemente sí, 6% indecisa, 40% probablemente no, 50% definitivamente no, ver gráfica No. 27, lo que demuestra que a través de la experiencia obtenida con anterioridad en el ámbito empresarial, saben que trabajar de forma integral pueden lograr el éxito de sus microempresas.

El tamaño de la empresa se encuentra estrechamente relacionado con la habilidad para el cambio y la expansión y esto se observa con las siguientes respuestas en el 85% definitivamente no, 13% probablemente no, 2% indecisa, como se muestra en la gráfica No. 27, ya que generalmente las mujeres incursionan en la microempresa y resulta muy difícil pasar a formar parte de la pequeña, mediana o gran empresa, porque ellas siempre quieren tener el control de la empresa y les resulta muy difícil delegar funciones así como responsabilidades, lo que impide el cambio y crecimiento de la empresa.

Las mujeres que emprenden microempresas tienen claridad de las responsabilidades del personal en cada función que tiene que desarrollar, encontrando que 48% definitivamente sí, 51% probablemente sí, 1% indecisa, tiene precisión en la asignación de responsabilidades, esto se deriva de la experiencia en el sector de alimentos y bebidas, además de ser consideradas femeninas. Ver gráfica No. 27.

A pesar de que las mujeres saben perfectamente que para alcanzar el éxito de cualquier emprendimiento es necesario tener la habilidad de trabajo en equipo, en el momento de integrar al personal y llevar a cabo las diferentes actividades no logran tan fácilmente el trabajo en equipo, a pesar del esfuerzo que hacen por trabajar en equipo, debido a que este grupo de microempresarias muchas veces no tiene la capacidad de seleccionar y reclutar al personal a pesar de la experiencia adquirida al dirigir, organizar y administrar su microempresa, les cuesta mucho trabajo, al momento de llevar a cabo las actividades y el trabajo en equipo establecen que 37% probablemente no, 34% indecisa, 28% probablemente sí, 1% definitivamente si, presentan habilidades para el trabajo en equipo. Como se observa en la gráfica No. 27.

Este grupo de microempresarias manifiesta que su capacidad para solucionar conflictos es la siguiente 18% definitivamente si, 26% probablemente sí, 21% indecisa, 35% probablemente no, ver gráfica No. 27, ya que generalmente ellas dirigen, administran, toman decisiones y no delegan funciones, muchas veces toda la responsabilidad de respuesta a cualquier problema que se le presente lo tienen que resolver y si sumamos la

responsabilidad del cuidado de los hijos y del hogar aquellas que son madres, también debe tomar decisiones en su vida personal, influye directamente en la habilidad de solucionar los problemas de su microempresa abrumando y estresando a cualquier mujer que se desarrolla en la actividad empresarial.

Las mujeres al emprender una microempresa tienen que establecer estrategias que den respuesta a la elaboración de sus productos y ofrecer un servicio acorde a la demanda de su segmento de mercado que atienden, de acuerdo a la habilidad para innovar encontramos que el 15% definitivamente sí, 46% probablemente sí, 29% indecisa y 10% probablemente no. Como se muestra en la gráfica No. 27.

Al cuestionar que conocimientos de mercadotecnia tienen, encontramos que el 12% definitivamente sí, 36% probablemente sí, 34% indecisa, 15% probablemente no, 3% definitivamente no, como se observa en la gráfica No. 27, dichos resultados se relacionan con la respuesta que deben ofrecer al consumidor ya que deben satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores además de estar al día en cuanto a publicidad, promoción, ventas y relaciones públicas que son las principales herramientas de la mercadotecnia para competir en el mercado y alcanzar el éxito de su microempresa.

En cuanto a los conocimientos legales que tienen este grupo de microempresarias establecen que 5% probablemente no, 90% indecisa, 5% probablemente sí. Ver gráfica No. 27, ya que en México muchas de las microempresas operan en la ilegalidad por desconocimiento de los procedimientos que deben realizar en torno a permisos y reglamentos que deben cumplir para iniciar una microempresa y operar legalmente y las formas de organizar jurídicamente a su empresa.

Para una microempresaria tener conocimientos de contabilidad es sumamente importante, ya que debe tener los registros, costos de producción, compras, pagos y ventas que se realizan, lo que permite conocer el comportamiento financiero de la microempresa para la toma de decisiones, los resultados de este grupo de microempresarias es el

siguiente; 24% definitivamente si, 42% probablemente sí, 14% indecisa, 20% probablemente no. Como se muestra en la gráfica No. 27.

Las mujeres que emprenden microempresas deben tomar decisiones relacionadas con las finanzas, ya que se necesitan recursos para el desarrollo de las actividades de la empresa, así como para el conocimiento de las ganancias que se generan y la liquidez que debe tener su empresa, al cuestionar que conocimientos tienen de finanzas encontramos que 45% indecisa, 29% probablemente sí, 26% definitivamente sí. Ver gráfica No. 27, porque para una microempresaria es necesario tener conocimientos de finanzas sobre todo cuando se tiene algún socio, lo que le permite determinar el porcentaje de inversión de cada socio así como el porcentaje de ganancias y deuda que enfrenta la microempresa en caso de contraerla.

Finalmente al preguntar si existía otro tipo de habilidades que tiene para dirigir su microempresa la respuesta es la siguiente; 2% definitivamente si, 2% probablemente sí, 2% indecisa, 2% probablemente no, 92% definitivamente no, como se observa en la gráfica No. 27.

3. 7. EMPRENDIMIENTO EXITOSO O NO EXITOSO

En este apartado se establecen preguntas sobre emprendimiento exitoso y no exitoso. Se presentan aspectos que han sido efectivos al emprender una microempresa de acuerdo a la experiencia de este grupo de mujeres.

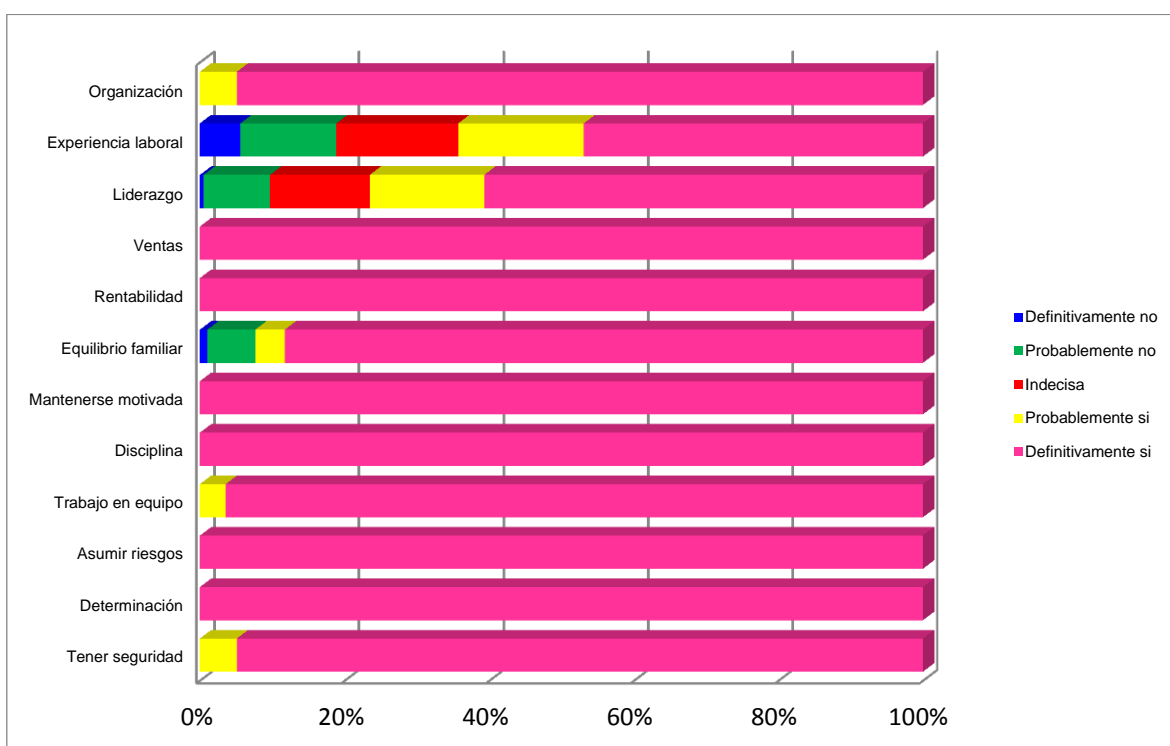
3.7.1. EMPRENDIMIENTO EXITOSO

Al preguntar si la seguridad contribuye al éxito de una microempresa el 95% definitivamente si, 5% probablemente sí, ver gráfica No.28. De acuerdo a estas respuestas resulta fundamental que las mujeres tengan seguridad al tomar decisiones y el hecho de incursionar en el subsector de venta de alimentos y bebidas le da una ventaja con respecto a otro tipo de actividad ya que se relaciona con actividades que deben tener cierta destreza y

experiencia y ellas al desarrollar actividades domésticas en este caso cocinar, les permite tener la seguridad, debido a que saben que las pueden hacer bien.

La experiencia laboral también es imprescindible para llevar a cabo un emprendimiento exitoso el 46% expreso que definitivamente si cuentan con experiencia laboral, 17% probablemente sí, 17% indecisa, 13% probablemente no, 6% definitivamente no, como se muestra en la gráfica No. 28.

GRÁFICA NO. 28
ASPECTOS QUE HAN SIDO EFECTIVOS AL EMPRENDER DE UNA MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Un aspecto que resulta primordial para el éxito de las microempresas es el liderazgo y las respuestas son las siguientes 61% definitivamente si, 16% probablemente sí, 14% indecisa, 9% probablemente no y 1% definitivamente no, lo que prueba que este grupo de mujeres ha utilizado su influencia, entusiasmo y ha logrado transmitirlo a su personal y con ello formar un equipo comprometido lo cual, se puede observar con la respuesta de trabajo

en equipo en donde el 96% definitivamente si lo considera determinante y 4% probablemente sí para lograr el éxito de la microempresa. Como se muestra en la gráfica No. 28.

El llevar a cabo una organización adecuada se ve reflejada en el emprendimiento exitoso ya que el 95% definitivamente si y el 5% probablemente sí, ver gráfica No. 28, lo consideran como un aspecto determinante, porque al saber la función y puesto que deben desempeñar eficientemente en la microempresa se lograran mejores resultados.

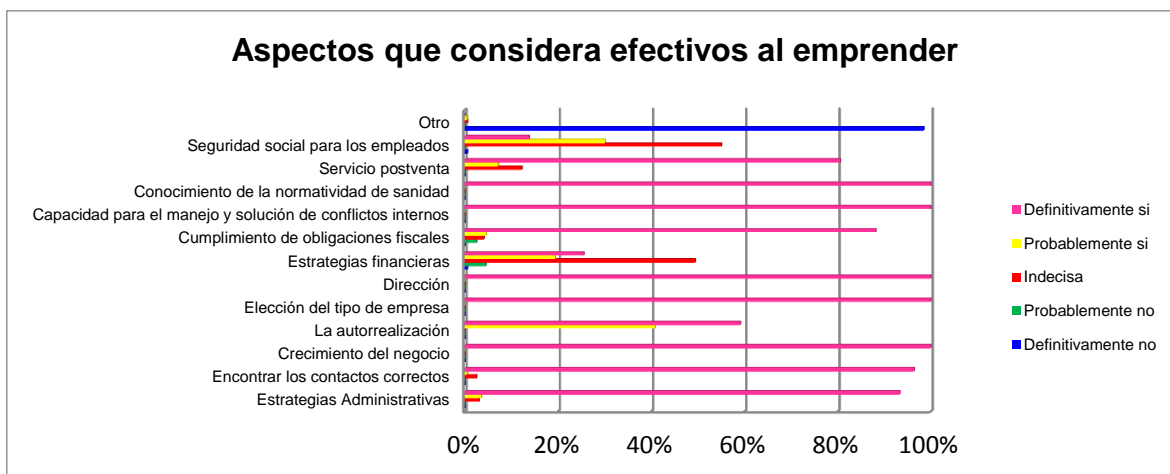
Otro aspecto que vale la pena resaltar es la respuesta que arroja el equilibrio familiar en donde encontramos que el 88% definitivamente si, 4% probablemente sí, 7% probablemente no, 1% definitivamente no, ver gráfica No. 28, tiene una influencia para llevar a cabo un emprendimiento exitoso y esto tiene que ver con el estado civil de la microempresaria, porque cuando tiene hijos su visión es muy diferente, que cuando carece de ellos ya que se ve en la necesidad de que su empresa alcance el éxito para satisfacer las necesidades personales de su familia y de ella, lo que la impulsa a esforzarse para que su empresa no fracase y alcance el éxito a pesar de los problemas que se pueda enfrentar.

La determinación, disciplina, mantenerse motivada, asumir riesgos, las ventas y la rentabilidad son aspectos que el 100% de las encuestadas los consideran definitivamente determinantes para el emprendimiento exitoso de una microempresa como se muestra en la gráfica No.28.

En cuanto a las estrategias administrativas las microempresarias manifestaron que el 93% definitivamente si, 4% probablemente sí, 3% indecisa tienen una relación con el éxito de la microempresa al fortalecerla como se observa en la siguiente gráfica:

GRÁFICA NO. 29

ASPECTOS QUE HAN SIDO EFECTIVOS AL EMPRENDER UNA MICROEMPRESA (CONTINUACIÓN)



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

De acuerdo a las Estrategias Financieras las respuestas son las siguientes; 25% definitivamente si, 19% probablemente sí, 50% indecisa, 5% probablemente no, 1% definitivamente no, ver gráfica No. 29, estas respuestas se encuentran vinculadas con el financiamiento que se ofrece por instituciones financieras privadas o públicas, específicamente el dirigido a las mujeres ya que son mayormente beneficiados los varones de todo tipo de apoyos financieros para el emprendimiento y crecimiento de la microempresa.

El servicio postventa resulta fundamental hoy en día para incrementar las ventas y permanecer en el mercado, de acuerdo a este grupo de microempresarias encontramos que el 81% definitivamente si, 7% probablemente sí, lo consideran efectivo al emprender una microempresa exitosa mientras que el 12% manifiesta estar indecisa, ver gráfica No. 29, vale la pena resaltar que una empresa que le da seguimiento al cliente y sabe que es lo que desea y necesita puede ayudar a mejorar el servicio que ofrece su microempresa y con ello permanecer en el mercado exitosamente.

El cumplimiento de obligaciones fiscales es indispensable para que una empresa permanezca en el mercado debido a que pueden facturar y esto atrae clientes, además de ser

empresas formales ya que en nuestro país es común que las microempresas al inicio no se encuentren registrados en Sistema de Administración Tributario, dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, sin embargo, aquellas que tienen la visión de ser exitosas sí consideran las obligaciones fiscales como un requisito importante para alcanzar el éxito y permanecer en el mercado de acuerdo a los resultados obtenidos encontramos que el 88% definitivamente si, 5% probablemente sí, 4% indecisa, 3% probablemente no, considera el cumplimiento de las obligaciones fiscales al emprender una microempresa exitosa. Como se puede observar en la gráfica No. 29.

La seguridad social para los empleados es un tema fundamental para la microempresa y especialmente para los trabajadores, porque muchas de las microempresas no ofrecen esta prestación a sus trabajadores lo que generalmente presenta es un descontento con los trabajadores que no gozan de este beneficio, que por ley están obligados a cubrir los empresarios y empresarias en México, lo cual afecta en las ganancias y esto se ve reflejado en la respuesta de estas mujeres ya que el 14% definitivamente si, 30% probablemente si, 55% indecisa, 1% definitivamente no, lo consideran al emprender una microempresa exitosa como se observa en la gráfica No. 29.

Encontrar los contactos correctos, es fundamental para el emprendimiento lo cual tiene que ver con los proveedores, financiamiento, asesoría legal, fiscal y de seguridad social de la microempresa, la respuesta de este grupo de mujeres es el siguiente 96% definitivamente si, 1% probablemente si, consideran que el éxito tiene una estrecha relación con los contactos correctos el 3% se muestra indecisa, como se muestra en la gráfica No. 29.

La autorrealización al emprender una microempresa exitosa además de satisfacción personal se puede observar el estatus en la sociedad al alcanzar el éxito en la actividad que desempeñan y ser su propio jefe marca la diferencia al no ser empleada y ser ella la que dirige administra organiza y toma las decisiones, las respuestas son las siguientes 59% definitivamente si, 41% probablemente sí, la consideran efectivas. Como se puede observar en la gráfica No. 29.

El 100% de las encuestadas consideran que la elección del tipo de empresa, dirección, capacidad para el manejo y solución de conflictos internos, conocimiento de la normatividad de sanidad y el crecimiento del negocio, definitivamente si son efectivas al emprender una microempresa exitosa. Como se muestra en la gráfica No. 29. Dichos resultados tienen una relación directa con la experiencia de haber tenido negocios con anterioridad o experiencia laboral o familiar lo que les permite emitir estos resultados.

Al cuestionar si existe otro aspecto que consideren efectivo al emprender una microempresa exitosa la respuesta es la siguiente el 98% definitivamente no, 1% indecisa, 1% probablemente sí. Ver gráfica No. 29.

Las respuestas nos llevan a establecer que la situación personal, familiar conocimientos adquiridos y experiencia del sector en el que emprenden las mujeres tienen mucho que ver con el éxito que puede alcanzar la microempresa que dirigen las mujeres.

3.7.2. EMPRENDIMIENTO NO EXITOSO

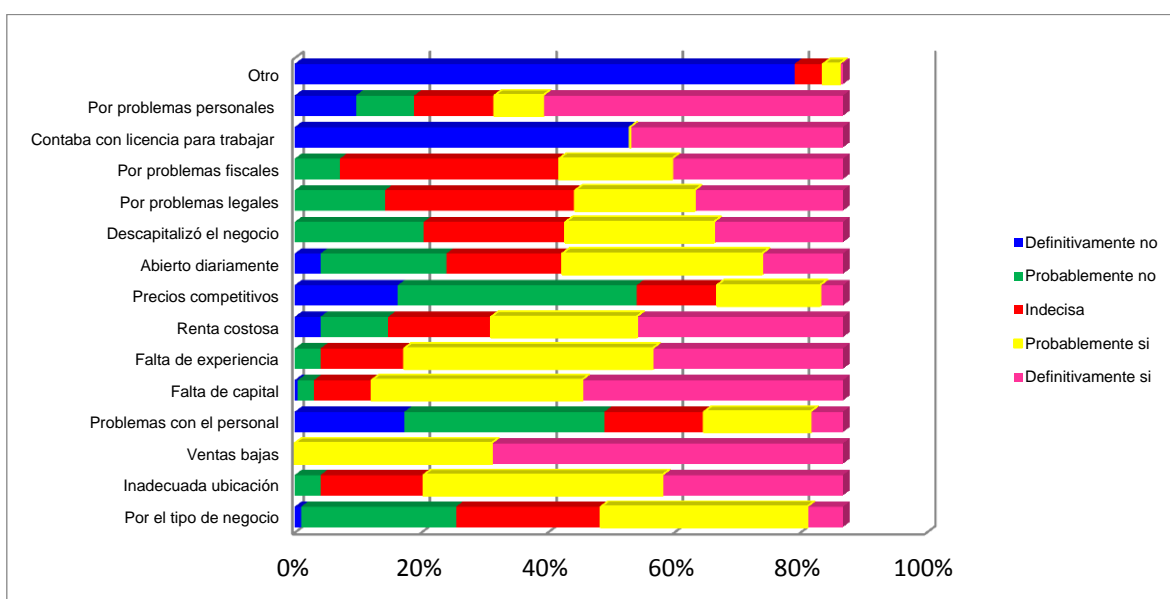
Se presentan las razones que influyeron para que su microempresa no fuera exitosa o quebrara.

El incremento de emprendimiento de microempresas por parte de mujeres ha tomado fuerza, sin embargo, no siempre resultan exitosos, es evidente que se tienen que enfrentar a problemas comunes y deben luchar con la falta de experiencia en la actividad empresarial derivada de la discriminación que existe en la sociedad.

Este grupo de mujeres han vivido experiencias en torno al fracaso de microempresas que han emprendido con anterioridad, de acuerdo a los resultados de la encuesta encontramos que el 88% de las mujeres con anterioridad tuvo un negocio y a pesar de haber emprendido microempresas y no resultar exitosas no se han dado por vencidas y continuaron emprendiendo en el subsector de venta de alimentos y bebidas, el 12%, manifestó no haber tenido un negocio, como se muestra en la gráfica No. 12.

Este grupo de mujeres a pesar de sus anteriores emprendimientos han continuado en la actividad empresarial y encontramos que el fracaso se relaciona por el tipo de negocio al cual incursionaron las respuestas muestran que el 6% definitivamente si, 34% probablemente sí, se debe al tipo de negocio elegido 23% indecisa, 24% probablemente no, 1% definitivamente no, como se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICA NO. 30
RAZONES QUE INFUYERON EN LA QUIEBRA DE LA MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

La ubicación de la microempresa se encuentra relacionada con el precio de la renta, la accesibilidad para los clientes, seguridad, infraestructura y servicios los cuales pueden influir en el fracaso/quiebra de la microempresa, de acuerdo a los resultados de la encuesta encontramos que la inadecuada ubicación representa el 29% definitivamente si, 39% probablemente sí, 16% indecisa y 4% probablemente no. Como se muestra en la gráfica No. 30.

En cuanto a las ventas una microempresa no puede tener éxito si presenta ventas bajas, este es el principal motivo que obliga a cerrar, debido a que no se ofrece lo que el

cliente necesita o desea, de acuerdo al punto de vista de este grupo de mujeres 57% definitivamente si y 31 % probablemente sí, se presenta el emprendimiento no exitoso por esta razón. Ver gráfica No. 30.

El personal es parte fundamental en cualquier empresa ya que no contar con empleados honestos, eficientes, y motivados para desarrollar su función trae como resultado una serie de problemas que afectan lamentablemente la permanencia de la microempresa, al cuestionar que problemas se presentaron con el personal para que trajera como consecuencia la quiebra de la empresa, las respuestas son las siguientes 17% definitivamente no, 33% probablemente no, 16% indecisa, 17% probablemente sí, 5% definitivamente si. Ver gráfica No. 30.

La mayoría de las micro empresas inician con una baja inversión de capital propio y especialmente para las mujeres tener acceso a un financiamiento resulta difícil por la discriminación que existe por parte de las instituciones financieras, de acuerdo a este grupo de microempresarias el 41% definitivamente si, 34% probablemente sí, 9% indecisa, 3% probablemente no, 1% definitivamente no, tiene que ver con la falta de capital lo que origina la quiebra o cierre de la microempresa. Como se observa en la gráfica No. 30.

En cuanto a la falta de experiencia de la microempresa los resultados son los siguientes; 4% probablemente no, 13% indecisa, 39% probablemente sí, 32% definitivamente si, Ver gráfica No. 30, dichos resultados muestran que muchas veces las mujeres incursionan en empresas que tal vez por relacionarse con actividades femeninas consideran que las pueden desarrollar fácilmente sin haber tenido alguna experiencia previa en el ramo, pero al momento de llevar a cabo una planeación, administración, organización, marketing, etc., se encuentran en situaciones sumamente difíciles, que origina el fracaso de su emprendimiento.

El costo de la renta del establecimiento resulta trascendental por el pago que tienen que realizar mensualmente, este grupo de mujeres manifestó que el 34% definitivamente si, 23% probablemente sí, 16% indecisa, 11% probablemente no, 4% definitivamente no,

influyeron en la quiebra de su empresa, como se muestra en la gráfica No. 30. Es importante señalar, que los costos de construcción representan una inversión muy importante al emprender una microempresa y muchas veces no se cuenta con el capital suficiente y se carece de financiamiento para ser propietaria del local y esto repercute en la permanencia de la microempresa en el mercado y motiva al cierre o fracaso.

Al cuestionar si los precios eran competitivos las respuestas son las siguientes 16% definitivamente no, 39% probablemente no, 13% indecisa, 16% probablemente sí, 4% definitivamente si, han sido determinantes para el fracaso/quiebra de la microempresa. Ver gráfica No. 30., debido a que tienen que competir en el mercado con las empresas establecidas que pueden ofrecer precios atractivos para los consumidores y no tener la posibilidad de permanecer en el mercado, lo que lleva al fracaso de la microempresa.

Un problema que es real y por el que generalmente quiebran las microempresas de mujeres es por el horario de apertura permanentemente (abierto diariamente) debido a que muchas de ellas tienen que cumplir con el cuidado de los hijos y labores domésticas lo que impide ser constantes, este aspecto lleva al fracaso de la microempresa, los resultados de este grupo de mujeres son los siguientes; 13% definitivamente si, 33% probablemente sí, 18% indecisa, 20% probablemente no, 4% definitivamente no, cubrían un horario permanente en la apertura de su microempresa. Como se puede observar en la gráfica No. 30.

Una característica que generalmente tienen las microempresas que son dirigidas por mujeres, es que tienden a descapitalizar a la empresa por la responsabilidad que tienen con su familia y se observa principalmente cuando son las jefas de hogar y se convierten en proveedoras, repercutiendo en la quiebra o cierre de la microempresa, de acuerdo a los resultados que arroja la encuesta encontramos los siguientes resultados; 20% probablemente no, 22% indecisa, 25% probablemente sí, 21% definitivamente sí. Como se observa en la gráfica No. 30.

En cuanto a los problemas legales que se presentaron para que cerraran su microempresa encontramos que el 16% probablemente no, 36% se mostró indecisa, 21% probablemente sí y el 27% definitivamente sí. Como se muestra en la gráfica No. 30. Siendo los más frecuentes los laborales ya que muchas veces no estipulan los contratos con sus trabajadores, lo que puede llevar a un litigio ya que no le dedican tiempo a lo jurídico.

Al preguntar si su microempresa cerro por algún problema fiscal la respuesta de este grupo de microempresarias fue la siguiente; 7% probablemente no, 35% indecisa, 18% probablemente sí, 28% definitivamente si, esto se debe porque no son dadas de alta en el Sistema de Administración Tributario, dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para evitar el pago de impuestos. Como se observa en la gráfica No. 30.

En México existe un gran número de empresas que trabajan en la informalidad y no cuentan con los permisos necesarios para poder operar, esto se deriva de la gran burocracia que existe para iniciar una microempresa además del pago de impuestos que deben realizar, de acuerdo a los resultados encontramos que el 35% definitivamente si, 53% definitivamente no contaban con licencia para trabajar. Ver gráfica No. 30.

Las mujeres tienden al fracaso o cierre de la microempresa por problemas personales que se presentan principalmente con lo referente al cuidado de los hijos y enfermedades que demandan su atención, lo que les imposibilita su permanencia, además de realizar actividades domésticas, los resultados muestran que 48% definitivamente si, 8% probablemente sí, 13% indecisa probablemente sí, 9% probablemente no, 10% definitivamente no. Como se muestra en la gráfica No. 30.

Al cuestionar si existe algún otro aspecto que consideren se haya presentado para que el emprendimiento no haya sido exitoso, las respuestas son las siguientes; 1% definitivamente si, 3% probablemente sí, 5% indecisa, 79% definitivamente no. Como se puede observar en la gráfica No. 30.

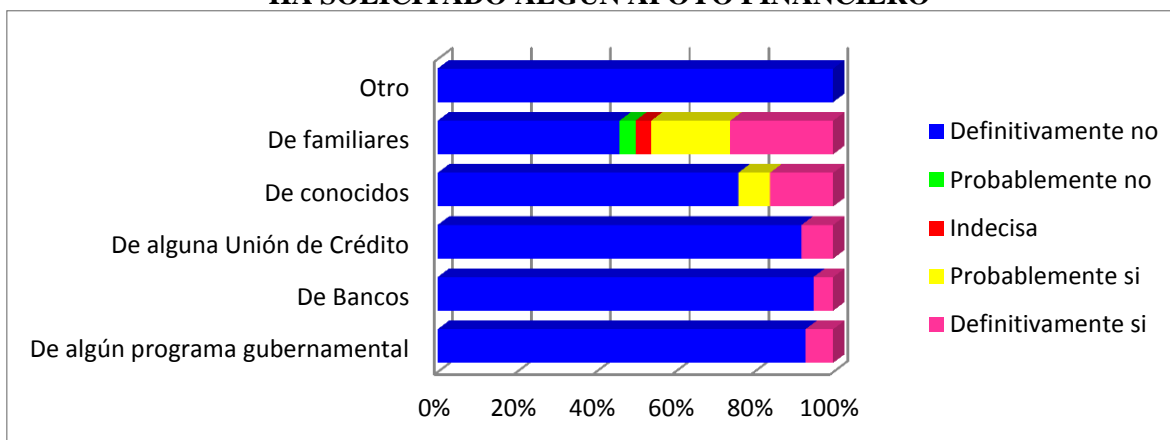
Se puede establecer que la experiencia adquirida en anteriores emprendimientos le ha dado a este grupo de mujeres elementos que les permiten determinar porque fracasaron sus microempresas.

3. 8. APOYO AL EMPRENDIMIENTO FFEMENINO

En este apartado se efectuaron preguntas en torno al apoyo al emprendimiento femenino financiero y gubernamental, que reciben las mujeres en nuestro país.

Al cuestionar a este grupo de microempresarias si ha solicitado algún apoyo financiero de algún programa gubernamental, el 93% definitivamente no y el 7% definitivamente si, de bancos 95% definitivamente no, y el 5% definitivamente si, de alguna Unión de crédito, 92% definitivamente no y el 8% definitivamente si, de conocidos, 76% definitivamente no, 8% probablemente sí y 16% definitivamente si, estos resultados se deben a que muchas de las emprendedoras no tienen conocimientos de los apoyos de capital que existen dirigidos a las mujeres. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICA NO.31
HA SOLICITADO ALGÚN APOYO FINANCIERO



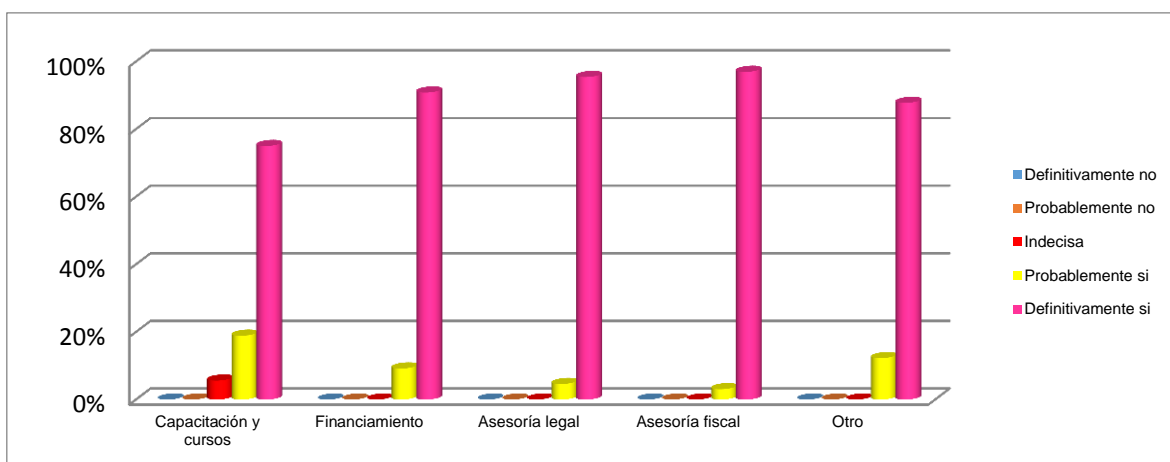
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

En cuanto al apoyo financiero de familiares el 26% mencionó que definitivamente si, 20% probablemente sí, 4% indecisa, 4% probablemente no, 46% definitivamente no. De conocidos los resultados son los siguientes; 76% definitivamente no, 8% probablemente sí y 16% definitivamente si, debido a que muchas microempresarias emprenden con ahorros personales o recursos propios, ya que consideran muy complicado solicitar algún préstamo bancario, porque no saben cuál podría ser el futuro de dicho emprendimiento y el riesgo al que se enfrentan, además del desconocimiento que existe para solicitar apoyo financiero tanto en el sector público o privado. Ver gráfica No. 31.

Resulta muy interesante el resultado de la pregunta apoyo financiero de otro, al mencionar el 100% definitivamente no, ver gráfica No. 31, a pesar de que existen diferentes alternativas para obtener financiamiento muy pocas microempresarias se atreven a solicitarlo y no hacen uso de este tipo de apoyo para el crecimiento y beneficio de su empresa, muchas veces por su situación personal y familiar, a diferencia de las grandes empresas que generan ganancias que permiten pagar la tasa de interés de los préstamos adquiridos.

Al preguntar si consideran que el gobierno debe apoyar para el éxito de su microempresa a través de capacitación y cursos 76% definitivamente si, 19% probablemente sí, 6% indecisa, muchas mujeres no se capacitan porque lo consideran costoso y no se dan cuenta de que pueden conocer mejores estrategias que les permiten el éxito de su microempresa, además de que desconocen en donde capacitarse ya que no se difunde la información y llega a las mujeres que emprenden microempresas como se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICA NO. 32
CONSIDERA QUE EL GOBIERNO DEBE APOYAR PARA EL ÉXITO DE SU MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

De acuerdo a este grupo de microempresarias el 91% definitivamente si, 9% probablemente sí consideran que el gobierno debe apoyar ofreciendo una mayor cobertura de financiamiento para alcanzar el éxito de la microempresa. Como se observa en la gráfica No. 32.

En cuanto al apoyo que las autoridades gubernamentales deben proporcionar a las mujeres que emprenden microempresas, encontramos que 95% definitivamente si, 5% probablemente sí, requieren asesoría legal y 97% definitivamente si, 3% probablemente sí necesitan asesoría fiscal, ya que no se han beneficiado de este tipo de apoyos lo que lleva muchas veces a las empresarias funcionar al margen de la ley. Ver gráfica No. 32.

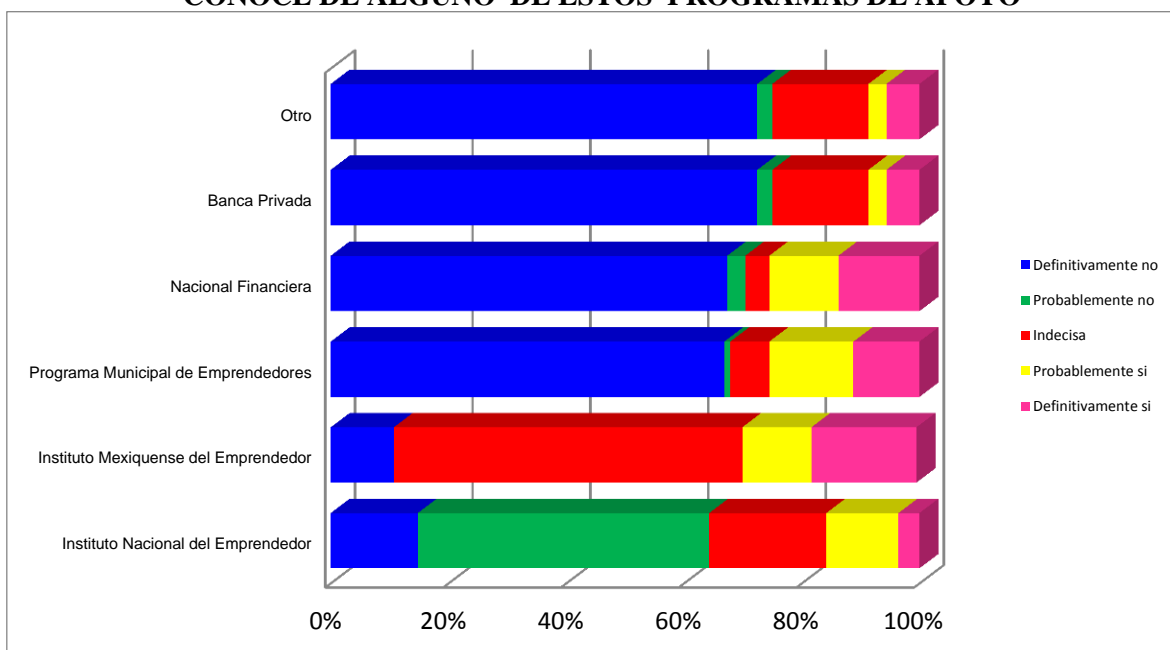
Al cuestionarles si debe existir algún otro apoyo por parte del gobierno para alcanzar el éxito de su microempresa el 88% definitivamente mencionó que si, 12% probablemente sí. Esta respuesta de este grupo de mujeres, se vincula con la necesidad que tienen las microempresarias de contar con el apoyo gubernamental para el emprendimiento. Como se observa en la gráfica No. 32.

A pesar de que existen programas de apoyo por parte del gobierno las mujeres que emprenden microempresas no los conocen y muchas veces aun cuando los conocen no

saben realizar las gestiones necesarias o no cumplen con los requisitos para ser acreedoras a los apoyos que las lleven al éxito de su emprendimiento.

De acuerdo a este grupo de microempresarias encontramos que el 15% definitivamente no, 49% probablemente no 20% indecisa, 12% probablemente sí, 4% definitivamente si conocen el Instituto Nacional del Emprendedor. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICA NO.33
CONOCE DE ALGUNO DE ESTOS PROGRAMAS DE APOYO



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Al cuestionar si conocen el Instituto Mexiquense del Emprendedor los resultados son los siguientes; 18% definitivamente si, 12% probablemente sí, 59% indecisa, 11% definitivamente no, ver gráfica No. 33.

La respuesta que establecen en cuanto a tener conocimiento del Programa Municipal de emprendedores el 11% definitivamente si lo conoce, 14 % probablemente si, 7% indecisa, 1% probablemente no, y 67 no lo conoce como se muestra en la gráfica No. 33.

Al preguntar si conocen a Nacional Financiera el 67% definitivamente no, 1% probablemente no, 7% indecisa, 14% probablemente sí, 11% definitivamente si, como se observa en la gráfica No. 33.

En cuanto a los apoyos que ofrece la banca privada este grupo de mujeres establece que el 72% definitivamente no los conoce, 3% probablemente no, 16% indecisa, 3% probablemente sí y 6% definitivamente si los conoce, como se muestra en la gráfica No. 33.

Al preguntar si conoce otro programa de apoyo la respuesta es la siguiente 72% definitivamente no los conoce, 3% probablemente no, 16% indecisa, 3% probablemente sí y 6% definitivamente si los conoce, ver gráfica No. 33.

Es importante señalar que el gobierno tiene la responsabilidad de difundir información de las instituciones que ofrecen apoyo al emprendimiento de microempresas y especialmente los apoyos que son encaminados a las mujeres, siendo necesario que el gobierno se acerque a las microempresarias para ofrecer el apoyo a través de servidores debidamente capacitados y no dar por hecho que ellas deben ser las interesadas en acudir a solicitarlo y gestionarlo.

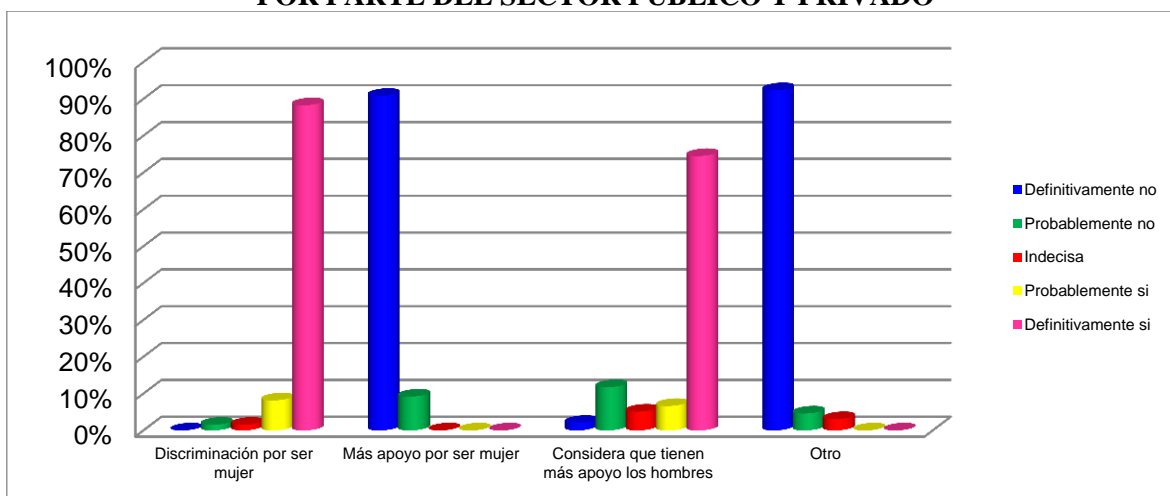
3.9. EMPRESA-GÉNERO

Esta es la última sección en donde se realizaron preguntas desde la perspectiva de género y la microempresa, encontrando los siguientes resultados:

A pesar del emprendimiento de microempresas exitosas por parte de muchas mujeres existe una falta de apoyo para este sector que se inserta a la actividad empresarial, los siguientes resultados dan muestra de la visión que este grupo de mujeres tiene en torno a si consideran que existe discriminación por ser mujer, encontrando que 88% definitivamente si, 8% probablemente sí, 2% indecisa, 2% probablemente no. En cuanto a

tener más apoyo por ser mujer 91% definitivamente no, 9% probablemente no. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICA NO. 34
PUNTO DE VISTA EN TORNO A: APOYOS, FINANCIAMIENTO, CAPACITACIÓN,
POR PARTE DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO



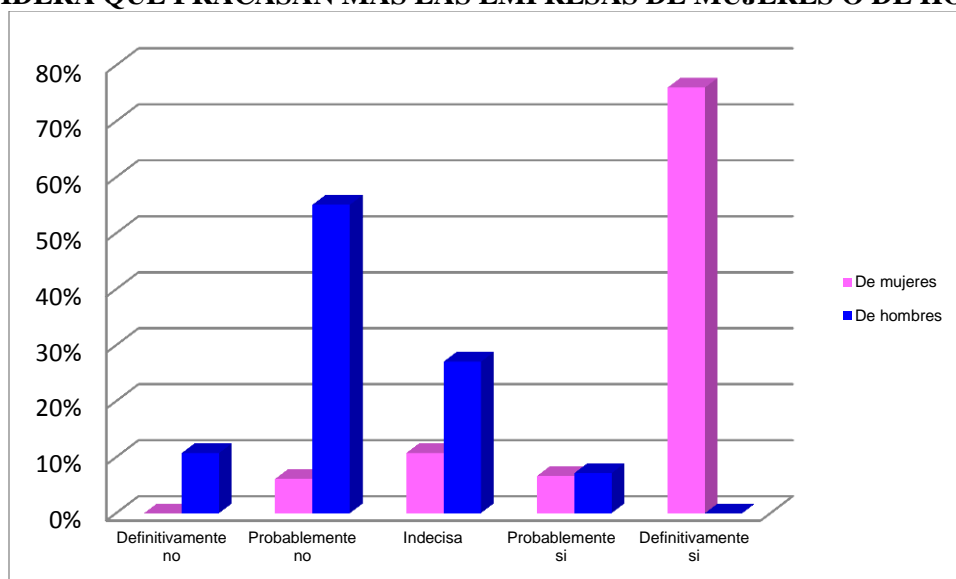
Fuente: Elaboración Propia con base en la encuesta.

Al cuestionar si consideran que tienen más apoyo los hombres las respuestas son las siguientes 74% definitivamente sí, 7% probablemente sí, 5% indecisa, 12% probablemente no, 2% definitivamente no. Al preguntar y si existe, otro 92% definitivamente no, 5% probablemente no, 3% indecisa. Ver gráfica No. 34. Dichas respuestas se relacionan con la dificultad que tienen al emprender sus microempresas debido a que suelen ser objeto de prácticas discriminatorias por el hecho de ser mujeres aun cuando cuenten con un perfil similar al de los varones no se ven beneficiadas por los apoyos públicos y privados todo ello derivado de las percepciones de género que existen en la actividad empresarial.

Al preguntar si consideran que fracasan más las empresas de mujeres encontramos que 76% definitivamente sí, 7% probablemente sí, 11% indecisa, 6% probablemente no. Como se muestra en la gráfica No.35. Las respuestas reflejan las dificultades que tienen que enfrentar debido a la falta de apoyos financieros, programas dirigidos al crecimiento de sus empresas, falta de conocimientos empresariales y la responsabilidad del cuidado de los

hijos así como del hogar lo que limita su permanencia y contribuye al fracaso de su emprendimiento. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 35
CONSIDERA QUE FRACASAN MÁS LAS EMPRESAS DE MUJERES O DE HOMBRES



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta.

Con respecto al fracaso de las empresas que dirigen los hombres, la percepción de las mujeres es la siguiente, el 11% definitivamente no, 55 % probablemente no, 27% indecisa, 7% probablemente sí, Ver gráfica No. 35, debido a que los varones cuentan con más apoyos financieros, obtención de créditos, recursos propios, requisitos que pueden cubrir para recibir apoyos de diferentes programas por parte del gobierno y la iniciativa privada, los hombres pueden encontrar mayores facilidades para disminuir el fracaso de sus empresas.

Un aspecto que resulta muy interesante es que el 90% de este grupo de microempresarias definitivamente no tiene socios, 1% probablemente no, 2% indecisa, 4% probablemente sí, definitivamente si 3% y concuerda con la respuesta de la posesión de la microempresa, debido a que el 90% de las mujeres definitivamente si son las únicas dueñas, 5% probablemente sí, 1% indecisa, 4 % definitivamente no, Ver gráfica No. 36, lo que demuestra que a pesar de haber obtenido recursos de amigos y familiares, han podido salir

adelante y saldar las deudas contraídas porque son administradas y organizadas en sus finanzas a pesar de la gran desconfianza que existe por parte de la banca privada y muchas veces también por parte del gobierno por la falta de equidad que existe, además de la vulnerabilidad que representan en la sociedad este sector de la población.

Es necesario que el gobierno e instituciones financieras ofrezca un mayor apoyo a las mujeres que deciden emprender una microempresa y establecer políticas de apoyo dirigidas a estas mujeres, por los efectos positivos que se generan; empleo y derrama económica en el lugar donde se ubican las microempresas.

GRAFICA NO. 36
PROPIEDAD DE LA MICROEMPRESA

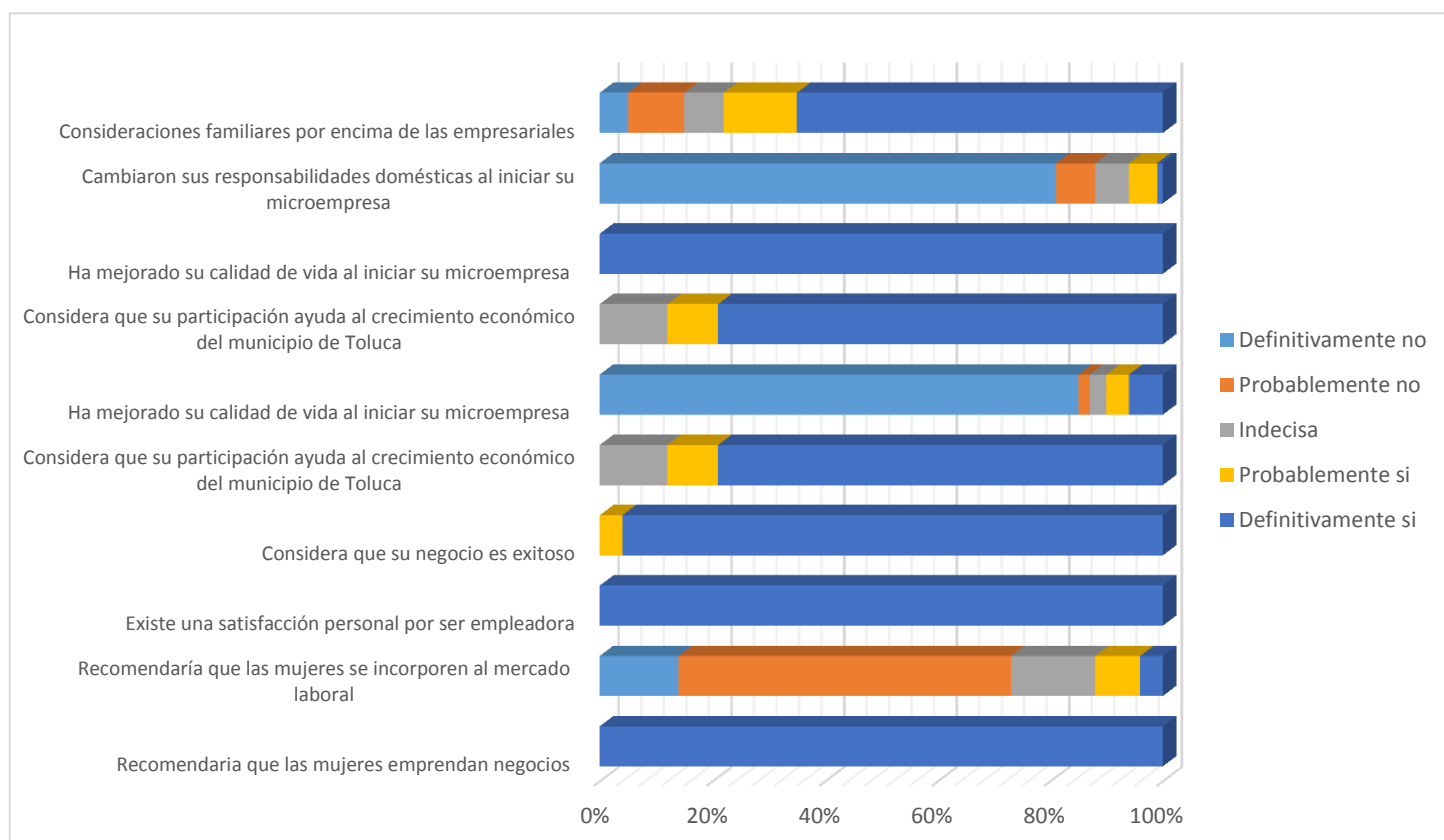


Fuente: Elaboración Propia con base en la encuesta.

Al cuestionar a este grupo de mujeres cual ha sido su experiencia como encargada de dirigir organizar y administrar su negocio encontramos las siguientes respuestas el 100% definitivamente si recomiendan que emprendan negocios las mujeres, esto se debe a su experiencia que han tenido al emprender microempresas lo que les ha permitido conciliar su vida familiar y laboral. Como se muestra en la siguiente gráfica:

GRAFICA NO. 37

SU EXPERIENCIA COMO ENCARGADA DE DIRIGIR ORGANIZAR Y ADMINISTRAR SU MICROEMPRESA



Fuente: Elaboración Propia con base en la encuesta.

Para el caso de la incorporación de las mujeres al mercado laboral las respuestas son las siguientes; 73% definitivamente no o probablemente no recomendaría que las mujeres se incorporen al mercado laboral, 15% indecisa, 12% probablemente sí o definitivamente si, Ver gráfica No. 37, dichos resultados se relacionan con la experiencia que han tenido este grupo de mujeres en el mercado laboral, al ser empleadas con anterioridad.

Al preguntar si existe satisfacción personal por ser empleadora la respuesta fue 100% definitivamente si, como se muestra en la gráfica No.37, lo que demuestra que dirigir, organizar y administrar una microempresa y generar su propio empleo y el de otras familias les genera un gran satisfacción.

Un dato que resulta muy importante para esta investigación es la visión de las microempresarias al considerar que su negocio es exitoso debido a que el 96% establece que definitivamente sí y 4% probablemente sí, como se observa en la gráfica No. 37. Esta perspectiva tiene que ver con aspectos como tiempo en el mercado, generación de empleo y la experiencia que han vivido.

Al preguntar a este grupo de mujeres si consideran que su participación ayuda al crecimiento económico del Municipio de Toluca las respuestas son las siguientes 79% definitivamente si, 9% probablemente sí, 12% indecisa. Ver gráfica No. 37, estos resultado se encuentran estrechamente vinculados con la derrama económica y generación de empleo.

Un aspecto que resulta muy importante es la respuesta que emite este grupo de microempresarias ya que el 100% menciona que ha mejorado su nivel de vida, como se muestra en la gráfica No. 37, y se relaciona con el éxito de la empresa, lo que impulsa a las mujeres a continuar emprendiendo a pesar de que algunas de ellas tuvieron con anterioridad fracasos, el ejemplo de este grupo de microempresarias, debe ser un referente para todas aquellas mujeres que deciden emprender una microempresa en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

Es importante señalar, que a pesar de que las mujeres emprenden microempresas exitosas, no cambia su situación al interior de su hogar ya que sus responsabilidades domésticas siguen siendo una parte muy importante en su actividad cotidiana para el 81% definitivamente no cambiaron sus responsabilidades domésticas al emprender su microempresa, 7% probablemente no, 6% indecisa, 5% probablemente sí, 1% definitivamente si pueden cambiar porque son apoyadas por trabajadoras domésticas o familiares que realizan esas labores. Como se observa en la gráfica No. 37.

Al cuestionar si existen Consideraciones familiares por encima de las empresariales mencionaron lo siguiente 65% definitivamente si, 13% probablemente sí, 7% indecisa, 10% probablemente no, 5% definitivamente no, se relaciona con el estado civil, edad de los hijos, porque aquellas que tienen hijos pequeños y son las jefas de familia, consideran como

prioridad a su familia y después a la empresa, lo que no sucede con las mujeres solteras, ya que no tienen ninguna responsabilidad y la actividad empresarial resulta una estrategia de desarrollo personal. Ver gráfica No. 37.

Dentro de este contexto, la investigación ha podido arrojar resultados que pueden considerarse valiosos lo que permitirá profundizar sobre el tema y objeto de estudio, en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DEL MODELO Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presenta el modelo estadístico utilizado en esta investigación así como los factores que determinan el perfil deseable de las mujeres que emprenden microempresas exitosas en el subsector de venta de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca.

Presentando una descripción de la técnica estadística aplicada para la presente investigación, Análisis Discriminante Múltiple (AD). Posteriormente se explican las pruebas estadísticas que demuestran que se puede utilizar este modelo AD, lo que permitirá determinar los factores que hacen que una mujer microempresaria sea exitosa en este sector. Y finalizando, con la interpretación de los resultados sobre los factores más importantes.

4.1. ASPECTOS IMPORTANTES DEL ANALISIS DISCRIMINANTE MULTIPLE

De acuerdo con Hair, *et.al.*, (1999) el Análisis Discriminate (AD) es la técnica estadística multivariante apropiada cuando la variable dependiente es categórica (nominal o no métrica) y las variables independientes son métricas.

“El Análisis Discriminate (AD) se utiliza para clasificar a distintos individuos en grupos, o poblaciones, alternativos a partir los valores de un conjunto de variables sobre los individuos a los que pretende clasificar” (Uriel, 1995:258). Permite asignar a un individuo a un grupo definido a priori (variable dependiente) en función de una serie de características del mismo o de las respuestas dadas a una serie de preguntas (variables independientes).

La pertenencia a uno u otro grupo se introduce en el análisis mediante una variable categórica que toma tantos valores como grupos existentes, a las variables que se utilizan para realizar la clasificación de individuos las denominaremos variables clasificadoras.

La información de las variables clasificadoras se sintetiza en unas funciones denominadas funciones discriminantes, compuesta por las variables canónicas que mejor discriminan, que son una combinación lineal de las variables independientes originales. (Hair, *et.al.*, 1999)

“El análisis discriminante se aplica para fines explicativos y predictivos. En la utilización explicativa se trata de determinar la contribución de cada variable clasificadora, a la clasificación correcta de cada uno de los individuos y en la predictiva se trata de determinar el grupo al que pertenece a un individuo para el que se conocen los valores que toman las variables clasificadoras”. (Uriel, 1995:258)

Hair, *et.al.*, (1999) establece que esta técnica se puede aplicar a cualquier problema de investigación que tenga por objetivo la comprensión de pertenencia a un grupo, donde los grupos comprenden individuos (por ejemplo clientes frente a no clientes), productos (por ejemplo, éxito de ventas frente a fracaso en ventas), empresas (por ejemplo, rentables frente a no rentables), o cualquier otro objeto que pueda evaluarse sobre un conjunto de variables independientes.

En este caso se pretende clasificar a las mujeres que emprenden una microempresa del sector de bebidas y alimentos en el Municipio de Toluca que fueron exitosas frente a las mujeres que no lo fueron y con ello determinar los factores que presentan y con ello establecer el perfil deseable.

El objetivo del análisis discriminante es determinar si existen diferencias estadísticamente significativas entre los perfiles de las puntuaciones medias sobre un conjunto de variables de dos o más grupos definidos previamente; establece el

procedimiento para clasificar individuos, objetos o empresas dentro de ciertos grupos definidos, con base en sus puntuaciones sobre un conjunto de variables independientes.

Las limitaciones del AD, se relacionan con la distribución de las variables, la dispersión de la matriz de covarianzas, la determinación de la significatividad individual de las variables, los errores de clasificación, la reducción de la dimensión y la aplicación de los modelos a priori.

Ya que el análisis discriminante multivariante necesita el cumplimiento estricto de los supuestos de normalidad de las variables independientes, linealidad de las relaciones, ausencia de multicolinealidad entre las variables independientes e igualdad de dispersión en las matrices de varianzas covarianzas entre los grupos, lo cual no siempre se logra.

A pesar de las limitaciones metodológicas de muchos de los trabajos que han utilizado el análisis discriminante, ese hecho no invalida los buenos resultados que se han logrado con sus estudios. (Hair, et.al., 1999)

A continuación se presentan los conceptos matemáticos y estadísticos del Análisis Discriminate.

4.1.1 CONCEPTOS MATEMÁTICOS Y ESTADÍSTICOS

Uriel *et. al.* (1999) establece que el Análisis Discriminante AD es una técnica multivariante cuyo objetivo principal es identificar las características que diferencian o discriminan a dos o más grupos y a crear una función capaz de distinguir con la mayor precisión posible a los miembros de uno u otro grupo.

“Fisher resolvió analíticamente en 1936 para el caso general de p variables. La que llamo función discriminante de Fisher D se obtiene como función lineal de k variables explicativas X ”, (Uriel, 1995:269) es decir:

Función discriminante de Fisher $D = u_1x_1 + u_2x_2 + \dots + u_kx_k$

Es la obtención de los coeficientes de ponderación U_j . “Si consideramos que existe n observaciones, podemos expresar la función discriminante para n observaciones”. (Uriel, 1995:269)

$$D_i = u_1x_{1i} + u_2x_{2i} + \dots + u_kx_{ki} \quad , \forall i = 1, 2, \dots, n$$

D_i es la puntuación discriminante correspondiente a la observación i ésima.

“Expresando las variables explicativas (contribución de cada variable) en desviaciones respecto a la media, D_i también lo estará. La anterior relación se puede expresar en forma matricial para el conjunto de las observaciones” (Uriel, 1995:269).

$$\begin{bmatrix} D_1 \\ D_2 \\ \vdots \\ D_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & x_{13} & \dots & x_{1k} \\ x_{21} & x_{22} & x_{23} & \dots & x_{2k} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{n1} & x_{n2} & x_{n3} & \dots & x_{nk} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} u_1 \\ u_2 \\ \vdots \\ u_k \end{bmatrix}$$

Notación más completa $d = X_U$

“La variabilidad de la función discriminante, (es decir, la suma de los cuadrados de las variables discriminantes en desviaciones respecto a su media) se puede expresar” (Uriel, 1995:269) de la siguiente forma:

$$d'd = U' X' X_U$$

Esta matriz se puede descomponer en la matriz de la Suma de cuadrados y productos cruzados residual o intragrupos (SCPC).

$$X'X = T + F + W$$

donde T, F, W son matrices SCPC total entre grupos e intragrupos respectivamente. (Uriel, 1995:270)

Entonces si $d = u' x$, sustituyendo

$$\begin{aligned} d'd &= u' (F+W) u \\ &= u' (Fu+Wu) \\ &= \underbrace{u'Fu}_{\text{entre intra}} + \underbrace{u'wu} \end{aligned} \quad \left. \vphantom{\begin{aligned} d'd &= u' (F+W) u \\ &= u' (Fu+Wu) \\ &= \underbrace{u'Fu}_{\text{entre intra}} + \underbrace{u'wu} \end{aligned}} \right\} \begin{array}{l} \text{Donde T, F, W, se pueden calcular con los datos muestrales} \\ \text{mientras los coeficientes } U_i \text{ están por determinar.} \end{array}$$

Para su estimación Fisher utilizo el siguiente criterio para la obtención de la función discriminante de Fisher.

$$\text{Maximización de } \frac{\text{Variables entre grupos}}{\text{Variables intragrupos}}$$

“Con este criterio se trata de determinar el eje discriminante de la forma que las distribuciones proyectadas sobre el mismo estén lo más separados posibles entre sí (mayor variabilidad entre grupos) y al mismo tiempo, que cada una de las distribuciones este menos dispersa (menor variabilidad dentro de los grupos)”. (Uriel, 1995:270)

Criterio de la obtención de la función discriminante.

$$\text{Maximización de } \lambda = \frac{u'Fu}{u'Wu}$$

Los coeficientes, u_1, u_2, \dots, u_k (normalizados) que se obtienen del proceso de maximización.

“Las puntuaciones discriminantes son los valores que se obtienen al dar los valores a x_1, x_2, \dots, x_k y corresponden a los valores al proyectar cada punto del espacio K-dimensional de las variables originales del eje discriminante”. (Uriel, 1995:271)

“Los centros de gravedad o centroides (el vector de medias) son las estadísticas básicas que resumen la información sobre los grupos”. (Uriel, 1995:271) El número de centroides es igual al número de grupos, es decir, dos grupos existen dos centroides, tres grupos existen tres centroides y así sucesivamente.

Con los grupos I, II tenemos $\bar{x}_I = \begin{bmatrix} \bar{x}_{1,I} \\ \bar{x}_{2,I} \\ \dots \\ \bar{x}_{k,I} \end{bmatrix}$, $\bar{x}_{II} = \begin{bmatrix} \bar{x}_{1,II} \\ \bar{x}_{2,II} \\ \dots \\ \bar{x}_{k,II} \end{bmatrix}$

$$\overline{D}_I = u_1 \overline{X_{1,I}} + u_2 \overline{X_{2,I}} + \dots + u_p \overline{X_{K,I}}$$

$$\overline{D}_{II} = u_1 \overline{X_{1,II}} + u_2 \overline{X_{2,II}} + \dots + u_p \overline{X_{K,II}}$$

“El punto de corte discriminante C se calcula promediando \overline{D}_I y \overline{D}_{II} estará a la mitad de camino de los centroides de los dos grupos” (Uriel, 1995:271), es decir:

Punto de corte discriminante con grupos del mismo tamaño

$$C = \frac{\overline{D}_I + \overline{D}_{II}}{2}$$

Entonces el individuo i se clasifica de la siguiente forma (Uriel, 1995:271):

$D_i < C$, se clasifica el individuo i en el grupo I

$D_i > C$, se clasifica el individuo i en el grupo II

Si el solapamiento en la distribución es pequeño, la función discriminante separa bien los grupos, si el solapamiento es grande, la función es un mal discriminante.

Para grupos de diferentes tamaños la fórmula del punto de corte cambia, bajo este enfoque Hair, *et. al.* (1999), define al punto de corte como una medida resumen de las

diferencias entre grupos, es decir, es una comparación de los centroides de grupo, la puntuación Z discriminante media para todos los miembros del grupo.

Para el punto de corte con grupos de diferente tamaño:

$$Z_{CU} = \frac{N_A Z_B + N_B Z_A}{N_A + N_B}$$

Donde:

Z_{CU} = Puntuación de corte critica para grupos de distinto tamaño.

N_A = Tamaño muestral del grupo A

N_B = Tamaño muestral del grupo B

Z_A = Centroide del grupo A

Z_B = Centroide del grupo B (Hair, *et. al.*, 1999: 270)

A continuación se presenta el cálculo de probabilidad de pertenecía de una población.

4.1.2 CÁLCULO DE PROBABILIDAD DE PERTENENCIA A UNA POBLACIÓN

La clasificación de los individuos se realizara usando un teorema de Bayes. “El teorema de Bayes permite el cálculo de las probabilidades a posteriori a partir de probabilidades a priori y de la información muestral contenida en las puntuaciones discriminantes”. (Uriel *et. al.*, 1999:284)

El caso general de G grupos, el teorema de Bayes indica que la probabilidad a posteori de pertenencia a un grupo “g” con una puntuación discriminante: D (Prob (g/D)).

Expresado de la siguiente forma:

$$Prob(g/D) = \frac{\pi_g Prob(D/g)}{\sum_{i=1}^G \pi_i Prob(D/i)}$$

Donde π_g es la probabilidad a priori y $Prob(D/g)$ son las probabilidades condicionales (probabilidad condicionada de la puntuación observada suponiendo la pertenencia a un grupo g). (Uriel *et. al.*, 1999:285)

La forma equivalente, dado que es una constante el denominador de la anterior ecuación:

$$Prob(g/D) \propto \pi_g Prob(D/g)$$

“El cálculo de probabilidad se realiza bajo tres supuestos diferentes: cálculo de probabilidad sin información a priori, cálculo de probabilidad con información a priori, cálculo de probabilidad con información a priori y costes” (Uriel *et. al.*, 1999:285)

Sin información a priori se considera que no existe conocimiento previo de las probabilidades de pertenencia a cada grupo. Cuando no existe información, se adopta el supuesto de que la probabilidad de pertenencia a ambos grupos es la misma, es decir, se adopta el supuesto de que $\pi_I = \pi_{II}$, es decir las probabilidades a priori no afectan los cálculos de la proba a posteriori. Caso que se emplea en este trabajo de investigación.

Bajo la hipótesis normal multivariante, la probabilidad a posteriori (sin incorporar información a priori) es:

$$Prob(g/D) = \frac{e^{Fg}}{e^{F_I} + e^{F_{II}}} , g = I, II$$

Donde e^{F_I} y $e^{F_{II}}$ son funciones definidas.

“Denominado $Prob(I/II)$ la probabilidad de clasificar a un individuo en la población I perteneciendo a la II y $Prob(II/I)$ probabilidad de clasificar a un individuo en la población II perteneciendo a la I. La probabilidad total de clasificación errónea es igual a”: (Uriel *et. al.*, 1999:286)

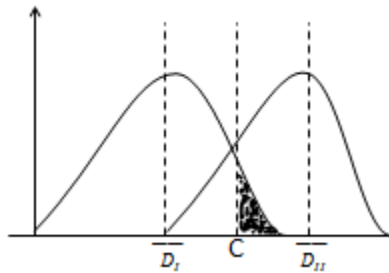
Prob (II/I) + Prob (I/II) se obtiene el punto de corte de la ecuación:

$$C = \frac{\overline{D_I} + \overline{D_{II}}}{2}$$

La puntuación de corte también debe tener en cuenta el costo de clasificar de forma incorrecta un objeto dentro de un grupo erróneo.

Gráficamente se puede observar de la siguiente manera, donde el área sombreada representa la probabilidad de clasificar erróneamente a un individuo.

GRAFICA NO. 38
FUNCIONES DE LA DISTRIBUCIÓN DE LAS PUNTUACIONES SOBRE EL EJE DISCRIMINANTE



Fuente: Uriel, (1995). *Análisis de Datos, Series de Tiempo y Análisis Multivalente*, p.268.

La función discriminante viene dada por

$$D - C = u_1x_1 + u_2x_2 + \cdots + u_kx_k - C$$

La función discriminante consiste en construir funciones discriminantes para cada grupo, las funciones a las que denominaremos F_I y F_{II} tienen la siguiente estructura:

$$F_I = a_{I,1}x_1 + a_{I,2}x_2 + \cdots + a_{I,k}x_k$$

$$F_{II} = a_{II,1}x_1 + a_{II,2}x_2 + \cdots + a_{II,k}x_k$$

Cuando se utilizan estas funciones se clasifica a un individuo en el grupo que la función F_J sea mayor.

A través de la siguiente equivalencia:

$$\begin{aligned} F_{II} - F_I &= (a_{II,1} - a_{I,1})x_1 + \dots + (a_{II,k} - a_{I,k})x_k - (C_{II} - C_I) \\ &= u_1x_1 + u_2x_2 + \dots + u_kx_k - C = D - C \end{aligned}$$

A continuación se presenta la inferencia así como el cálculo en el análisis discriminante.

4.1.3. INFERENCIA Y CÁLCULO EN EL ANÁLISIS DISCRIMINANTE

Más allá de la función discriminante a través de hipótesis estadísticas. Se refiere a la población como al proceso de obtención de la muestra. (Uriel *et. al.*, 1999)

Bajo las Hipótesis estadísticas de la población:

- a) La matriz de covarianzas de todos los grupos es igual a Σ . (Hipótesis de homoscedasticidad)
- b) Cada uno de los grupos tiene una distribución normal multivariante

“Las anteriores hipótesis implican que $x_g \sim N(\mu_g, \Sigma)$, facilitando el proceso de inferencia” (Uriel *et. al.*, 1999: 279).

Las hipótesis sobre el proceso de obtención de la muestra, se supone que se ha extraído una muestra aleatoria multivariante independiente en cada uno de los grupos.

Para la evaluación de la bondad de ajuste y los contrastes de significación, debe cumplir la hipótesis de homocedasticidad, de normalidad y la significatividad de las medias poblacionales, para esta última se formula la siguiente hipótesis para la clasificación de dos grupos:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_a: \mu_1 \neq \mu_2$$

(Uriel *et. al.*, 1999:280)

De modo generalizado el estadístico V de Barlett $V \sim X^2_{K(G-1)}$

$$V = -\left\{\frac{n-1}{1} - \frac{K+G}{2}\right\} \ln \Lambda$$

(Uriel *et. al.*, 1999:299)

Se utiliza para contrastar las siguientes hipótesis del análisis discriminante con G grupos:

$$H_0 = M_1 = M_2 = \dots = M_G$$

$$H_0 = \text{Notodas } M_G \text{ son iguales}$$

(Uriel *et. al.*, 1999:299)

Si no se rechaza la hipótesis nula, no se deberá continuar el análisis, puesto que las variables clasificadoras utilizadas en la investigación no tienen ningún poder discriminante significativo.

El estadístico V. de Barlett es secuencial, porque se van eliminando del estadístico V. las raíces características que van resultando significativas, deteniendo el proceso cuando se acepte la hipótesis nula de no significatividad de los ejes discriminantes que pueden por contrastar. Este método es conocido como selección paso a paso (stepwise).

Es el estadístico T^2 a través de lambda de Wilks (Λ) es una hipótesis de suma importancia, ya que determina la significatividad de las variables, por lo tanto, si se rechaza H_0 se deberá continuar con el análisis, de lo contrario no.

Mientras que para evaluar la bondad de ajuste se usa el coeficiente eta cuadrado (η^2) que es igual al coeficiente de determinación, viene dada por:

$$\eta = \sqrt{\frac{\lambda}{1+\lambda}} = \text{Correlacion canónica}$$

(Uriel *et. al.*, 1999: 281)

A continuación se presentan los métodos para la selección de variables.

4.1.4 .MÉTODOS PARA LA SELECCIÓN DE VARIABLES

Hay tres métodos para la selección de variables en el AD, que son los siguientes

- Selección hacia adelante (forward)
- Selección hacia atrás (backward)
- Selección paso a paso (stepwise) (Uriel *et. al.*, 1999:282)

En este caso analizaremos el método de Stepwise, dado que es la combinación de los anteriores. Consiste en que en cada paso puede entrar y también salir una variable en el conjunto seleccionado, dependiendo del estadístico F correspondiente a la lambda de Wilks, cuanto menor sea el estadístico mejor será el grado de ajuste. (Uriel *et. al.*, 1999)

“Cuanto mayor sea el valor de la F, más significativa será la variable para la que se calcula. La aplicación consiste en fijar un F mínimo para entrar (F-min-entrar) y un valor F máximo para salir (F-max-salir), donde el F-min-entrar debe ser mayor que el F-max-salir”. (Uriel *et. al.*, 1999:282)

La aplicación del procedimiento consiste en:

- Fijar un nivel de tolerancia (es una medida de asociación lineal entre las variables clasificadoras) $= 1 - r_i^2$

Donde r_i^2 es el coeficiente de determinación entre la variable i y el resto de las variables explicativas.

- Cuando la tolerancia de la variable i es muy pequeña significa, que está muy correlacionada con el resto de las variables explicativas causando problemas de estimación.

- El proceso termina hasta que las variables fuera del modelo no exista ninguna variable a la que $F_{\text{para-entrar}}$ mayor que la $F_{\text{min-para entrar}}$. (Uriel *et. al.*, 1999)

A continuación se presenta el planteamiento del modelo del Análisis Discriminante.

4.2. PLANTEAMIENTO DEL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE

La aplicación del modelo de análisis discriminante permitió presentar el perfil de las mujeres que emprendieron sus microempresas en el sector de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca, clasificándolas como mujeres que emprenden microempresas Exitosas o No exitosas.

Se trata de analizar cuáles son las variables que contribuyen en mayor grado a discriminar a las microempresas en los diferentes grupos (exitosas y no exitosas) y establecer las funciones que clasifiquen lo más correctamente el perfil de las mujeres que emprenden microempresas.

Donde las variables categóricas o variables dependientes son EXITOSAS (1) y NO EXITOSAS (0). Mientras que las variables explicativas o independientes se encuentran relacionadas con la percepción que tienen las mujeres emprendedoras a través de los factores analizados en el cuestionario como se mencionó en el capítulo anterior.

Para ello el análisis discriminante se apoya del programa de estadística SPSS Statistics 17.0 para resolver el problema de investigación.

Un requisito para conformar la muestra del grupo de microempresas se basó en el tiempo en el mercado bajo los siguientes criterios: Menos de dos años (No exitosas) y más de dos años (Exitosas).

4.3. DESARROLLO DEL MODELO A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DISCRIMINANTE DE LAS MUJERES QUE EMPRENDEN MICROEMPRESAS EN EL SUBSECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El análisis discriminante se verá bajo las hipótesis estadísticas de la población que son:

- a) La matriz de covarianzas de todos los grupos es igual a Σ . (Hipótesis de homocedasticidad).
- b) Cada uno de los grupos tiene una distribución normal multivariante.

Las anteriores hipótesis implican que $x_g \sim N(\mu_g, \Sigma)$, facilitando el proceso de inferencia.

Se analizara la hipótesis estadística donde cada uno de los grupos tiene una distribución Normal Multivariante, para ello se realiza la prueba de normalidad de datos o prueba de *Kolmogorov – Smirnov*, que compara la función de distribución teórica con la empírica, para cada una de las razones empleadas en el estudio.

Si el valor de significancia es mayor a 0.05, implica que se acepta la hipótesis de normalidad para las variables, de lo contrario se asume que la variable no sigue una distribución normal.

Es decir:

$$H_0 =$$

La distrubución de la variable en estudio no difiere de la distribución normal.

A continuación se presenta se presenta la construcción del Modelo Z Score.

4.3.1 CONSTRUCCIÓN DEL MODELO Z SCORE

El modelo Z score que permitirá dar certidumbre sobre el desempeño de las mujeres que emprenden una microempresa en el subsector de alimentos y bebidas en el

Municipio de Toluca y reconocer que variables son determinantes para que una microempresa sea exitosa o no.

La obtención de los datos a utilizar en el modelo análisis discriminante, fue por parte de la Dirección General de Desarrollo Económico y Regulación del Comercio del H. Ayuntamiento de Toluca.

El tamaño muestral es de 196 observaciones, en este análisis se elaboró una corrida del Análisis Discriminante en el programa SPSS Statistics 17.0 mediante el método Stepwise, con el cual se introducen y eliminan las variables independientes de acuerdo al valor de lambda de Wilks.

Es de interés encontrar la función Z que mejor determine y clasifique a las empresas exitosas de las no exitosas.

Una prueba para comprobar la homocedasticidad multivariable es la prueba “M de Box”. Esta prueba sirve para comprobar la hipótesis, que las matrices de varianzas-covarianzas son iguales en todos los niveles de factor de estudio. Se basa en los determinantes de las matrices de varianzas-covarianzas. La M de Box se puede transformar en una “F” de Fisher o en una Chi-cuadrada, de esta forma se facilita su interpretación.

4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La variable dependiente es: microempresas exitosas, que se codificaron con “1” y microempresas no exitosas, que se codificaron con “0”.

Es de interés encontrar la función Z que mejor determine y clasifique a las microempresas exitosas de las no exitosas.

Los resultados del análisis discriminante bajo la plataforma de SPSS Statistics 17.0 muestran diferentes tablas. La estructura de la presentación de la información será de la siguiente manera:

- En una primera etapa se desarrolló un modelo discriminante, con el propósito de conocer los factores: Características, motivación y habilidades que discriminan a las microempresarias exitosas y no exitosas.
- Posteriormente se plantea un modelo estadístico.
- Se llegara a una conclusión final, para ser discutida en este trabajo.

En la siguiente tabla se muestra el resumen de proceso del caso de análisis:

TABLA NO.9

RESUMEN DE PROCESO DEL CASO DE ANÁLISIS

Casos sin ponderar		N	Porcentaje
Válido		174	88.8
Excluido	Código de grupo perdidos o fuera de rango	0	.0
	Como mínimo, falta una variable discriminatoria	22	11.2
	Ambos códigos, los perdidos o los que están fuera de rango y, como mínimo, una discriminación que falta	0	.0
	Total	22	11.2
Total		196	100.0

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

En esta tabla se aprecia que de las 196 mujeres encuestadas, solo se consideró el 88.8%, es decir 174, y quedaron descartadas 22 encuestadas porque faltaron datos en algunos factores.

Una prueba para comprobar la homocedasticidad multivariable es la prueba “M de Box”. Esta prueba sirve para comprobar la hipótesis en donde las matrices de varianzas-covarianzas son iguales en todos los niveles de factor de estudio. Se basa en los determinantes de las matrices de varianzas-covarianzas. La M de Box se puede transformar en una “F” de Fisher o en una Chi-cuadrada, de esta forma se facilita su interpretación. Como se observa en la Tabla No. 11.

Tabla No.10

**PRUEBA ESTADÍSTICA DE M DE BOX PARA
VERIFICAR DIFERENCIAS DE COVARIANZAS
ENTRE GRUPOS**

Resultados de pruebas

M de Box		216.498
F	Aprox.	4.477
	df1	45
	df2	36089.108
	Sig.	.000

Prueba la hipótesis nula de las matrices de covarianzas de población iguales.

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

El estadístico M de Box, contrasta hasta qué punto las matrices de varianza y covarianza para cada grupo, a nivel de variable, pueden o no proceder de la misma población, es decir si difieren o no significativamente.

Por lo que la hipótesis nula se rechaza, y se puede afirmar que existe diferencia significativa entre el grupo de microempresarias exitosas y no exitosas en la matriz de covarianza, ya que el nivel de significancia es menor a 0.05.

La Tabla No.12, se presenta el resumen de las funciones discriminantes canónicas. Las funciones discriminantes canónicas presentan información relativa al contraste de significación global de medias y a la medida de la bondad de ajuste.

TABLANO. 11
RESUMEN DE FUNCIONES DISCRIMINANTES CANÓNICAS

Autovalores que determinan el número de funciones para
clasificar a las microempresarias exitosas y no exitosas.

Autovalores

Función	Autovalor	% de varianza	% acumulado	Correlación canónica
1	.538 ^a	100.0	100.0	.591

a. Se utilizaron las primeras 1 funciones discriminantes canónicas en el análisis.

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

El valor λ es .538, representan el 100% de la varianza explicada, es decir la variable de clasificación se explica por este modelo. Los datos tienen un fuerte en la correlación canónica asociada con ella de .591 respectivamente.

En la siguiente Tabla No.13 se puede apreciar la prueba de diferencias de medias entre grupos, aplicando la prueba de Lambda de Wilks:

Tabla No. 12

**PRUEBA DE LAMBDA DE WILKS DE DIFERENCIA DE MEDIAS
ENTRE GRUPOS**

Lambda de Wilks

Prueba de funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	.650	72.113	9	.000

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

El valor lambda de Wilks es de .650, que se transforma en Chi-cuadrada, obteniendo un valor de significancia 0.000 lo cual implica rechazar la hipótesis de igualdad de medias. Lo que señala que se puede clasificar más fácilmente por tener grupos heterogéneos.

La tabla No.14, presenta las funciones de los centroides de los grupos, el centroide es el valor medio de puntuación Z para cada grupo, hay uno para las empresas exitosas y otro para las empresas no exitosas. De acuerdo a Hair, *et. al.* (1999), es una medida resumen de las diferencias entre grupos, es decir, es la comparación de los centroides de grupo, la puntuación Z discriminante media para todos los miembros del grupo.

Con base en esos datos se determinó el punto de corte y la evaluación de la exactitud clasificatoria usando la siguiente fórmula:

$$Z_{CU} = \frac{N_A Z_B + N_B Z_A}{N_A + N_B}$$

donde:

Z_{CU} = Puntuación de corte crítica para grupos de distinto tamaño.

N_A = Tamaño muestral del grupo A

N_B = Tamaño muestral del grupo B

Z_A = Centroide del grupo A

Z_B = Centroide del grupo B

El procedimiento de clasificación de las empresas mediante el punto de corte:

1. Clasificar una empresa en el grupo de empresa no exitosa si la puntuación discriminante es menor a -1.102
2. Clasificar a una empresa en el grupo de exitosas si la puntuación discriminante es mayor de 0.483.

TABLA NO.13
CENTROIDES DE LA FUNCIÓN DISCRIMINANTE (FUNCIÓN 1)

Funciones en centroides de grupo	
DESEMPEÑO	Función
	1
No exitosa	-1.102
Exitosa	.483

Las funciones discriminantes canónicas sin estandarizar se han evaluado en medias de grupos

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

Con base en esos datos se determinó el punto de corte que es de .3010, como se aprecia en la tabla 15.

TABLA NO. 14
ZONAS DE LA FUNCIÓN DISCRIMINANTE DE LA Z SCORE

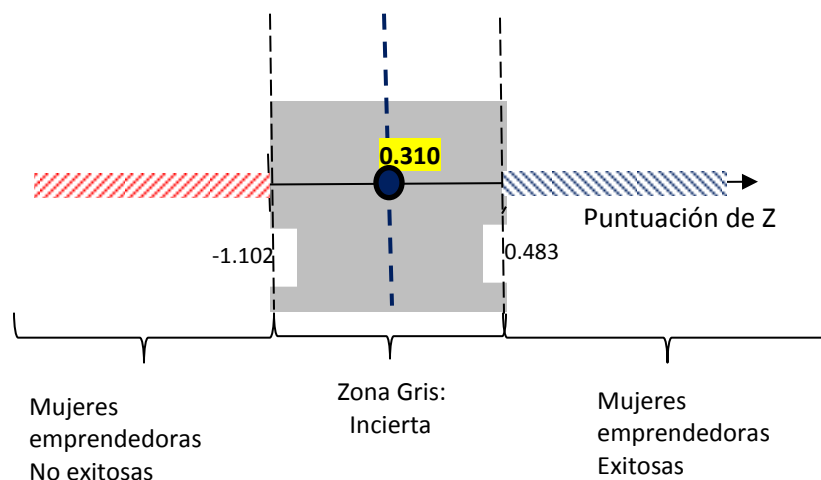
Zonas de Z	Valor
No exitosa	$Z < -1.102$
Zona Gris	$-1.102 \leq Z \leq 0.483$
Zona Exitosa	$Z > 0.483$

Zona de división entre mujeres emprendedoras Exitosas y No exitosas	$Z = -0.3096$
---	---------------

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

En esta se aprecia la puntuación Z score, que al sustituir los criterios de evaluación de las variables obtenidas en el modelo discriminante que la Zona No exitosa en la función discriminante Z cuando es menor a -1.102, el cual se tendrá la seguridad de que la mujer emprendedora del sector de alimentos y bebidas, no podrá tener éxito en la microempresa que emprenda. Si este valor de Z es mayor a 0.483 se considerara una Mujer emprendedora de Éxito. Y si el valor de Z esta entre -1.102 y 0.483 se considera una zona gris, lo que no se puede determinar con seguridad su desempeño de emprendimiento. Por lo que el punto de corte de este se considerara en este modelo de -0.3096. Como se aprecia en la siguiente figura:

FIGURA NO. 5.
ESQUEMA DE LAS ZONAS DEL MODELO DISCRIMINANTE
DADA POR LA PUNTUACIÓN DE FUNCIÓN Z



En la Tabla No. 16, los coeficientes de la función discriminante canónica estandarizados, son un indicador de la importancia que tiene cada variable en el cálculo de la función discriminante. Se observa los factores más importantes que afectan de manera positiva para que una microempresaria del Municipio de Toluca tenga permanencia en su negocio como exitosa o no, son nueve factores determinantes, como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA NO. 15

**FACTORES QUE DETERMINAN A LAS MUJERES QUE EMPRENDEN
MICROEMPRESAS EXITOSAS Y NO EXITOSAS DEL MUNICIPIO DE TOLUCA,
SEGÚN EL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE.**

Coefficientes de función discriminante
canónica estandarizadas

	Función
	1
EMPLEADOS	.506
N1.EDAD	.601
N9.QUIEBRA	.364
N10.3VENTASBA	.357
N11.RAZONEMPR	.387
N12.11FLEXOBLFAM	-.306
N15.5ACCIOIND	-.388
N24.5FAMIL	.540
N26.1CAPCURS	.336

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

Los siete factores que contribuyen positivamente para que una microempresaria tenga éxito en el Municipio de Toluca según el Modelo AD son: la Edad (N1.Edad), seguido de factor de Familiares (N24.FAMIL), EMPLEADOS, además de que factor Quiebra, (N9QUIEBRA), las Ventas (N10.3VENTASBA), Razón por la que Empezaron (N11RAZONEMPR), Capacitación y Cursos (N26.CAPCURS). Por otro lado, los factores que afectan en forma negativa para que sean exitosas las mujeres microempresarias son dos: (N15.5ACCIOIND) y (N12.11FLEXOBLFAM). Estas nueve variables ejercen una mayor influencia en la función discriminante.

En la Tabla No. 17, se muestra la lambda de Wilks para cada variable, para verificar que pasa cada uno de los factores del modelo AD es significativamente representativa dentro del este. Como se aprecia en el nivel de significancia todas pasan la prueba F ($p=0.000 < 0.05$), por lo que se demuestra que se rechaza la hipótesis nula, y se comprueba que los factores son representativos dentro del modelo AD.

TABLANO.16
EVALUACIÓN DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN A
LAS MUJERES MICROEMPRESARIAS EXITOSAS Y NO
EXITOSAS DEN EL MUNICIPIO DE TOLUCA, SEGÚN EL
MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE.

Variables entradas/eliminadas^{a,b,c,d}

Escalón	Especificado	Lambda de Wilks							
		Estadístico	df1	df2	df3	F exacta			
						Estadístico	df1	df2	Sig.
1	N10.3VENTASBA	.918	1	1	172.000	15.406	1	172.000	.000
2	N1.EDAD	.877	2	1	172.000	12.020	2	171.000	.000
3	EMPLEADOS	.839	3	1	172.000	10.844	3	170.000	.000
4	N24.5FAMIL	.797	4	1	172.000	10.789	4	169.000	.000
5	N15.5ACCIOIND	.761	5	1	172.000	10.549	5	168.000	.000
6	N11.RAZONEMPR	.721	6	1	172.000	10.772	6	167.000	.000
7	N9.QUIEBRA	.694	7	1	172.000	10.460	7	166.000	.000
8	N26.1CAPCURS	.671	8	1	172.000	10.122	8	165.000	.000
9	N12.11FLEXOBLFAM	.650	9	1	172.000	9.805	9	164.000	.000

En cada paso, se entra la variable que minimiza la lambda de Wilks global.

- a. El número máximo de pasos es 384.
- b. La F mínima parcial para entrar es 3.84.
- c. La F máxima parcial para eliminar es 2.71.
- d. El nivel F, la tolerancia o VIN no suficiente para un cálculo adicional.

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

La Tabla No. 18, indica la pertenecía al grupo de microempresarias exitosas y microempresarias no exitosas. El procedimiento de clasificación de las empresas mediante el punto de corte:

1. Clasificar una empresa en el grupo de microempresa no exitosa si la puntuación discriminante es menor a -306.

2. Clasificar a una empresa en el grupo de microempresas exitosas si la puntuación discriminante es mayor de -306.

TABLA NO.17
COEFICIENTES DE LA FUNCIÓN DEL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE

Coeficientes de función de clasificación

	DESEMPEÑO	
	No exitosa	Exitosa
EMPLEADOS	4.449	5.128
N1.EDAD	4.057	5.245
N9.QUIEBRA	4.990	6.886
N10.3VENTASBA	6.920	7.616
N11.RAZONEMPR	8.427	9.082
N12.11FLEXOBLFAM	65.454	63.712
N15.5ACCIOIND	3.400	2.616
N24.5FAMIL	1.675	2.171
N26.1CAPCURS	16.654	17.566
(Constante)	-249.775	-258.587

Funciones discriminantes lineales de Fisher

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

Las funciones discriminantes lineales de Fisher son las siguientes:

Función discriminante para microempresarias que no son exitosas en el Municipio de Toluca:

$$F_0 = 4.449 \text{ EMPLEADOS} + 4.057 \text{ N1.EDAD} + 4.99 \text{ N9.QUIEBRA} + 6.92 \text{ N10.3VENTASBA} + 8.427 \text{ N11.RAZONEMPR} + 65.454 \text{ N12.11FLEXOBLFAM} + 3.4 \text{ N15.5ACCIOIND} + 1.675 \text{ N24.5FAMIL} + 16.654 \text{ N26.1CAPCURS} - 249.775 \text{ (Constante)}$$

Función discriminante para microempresarias que son exitosas en el Municipio de Toluca:

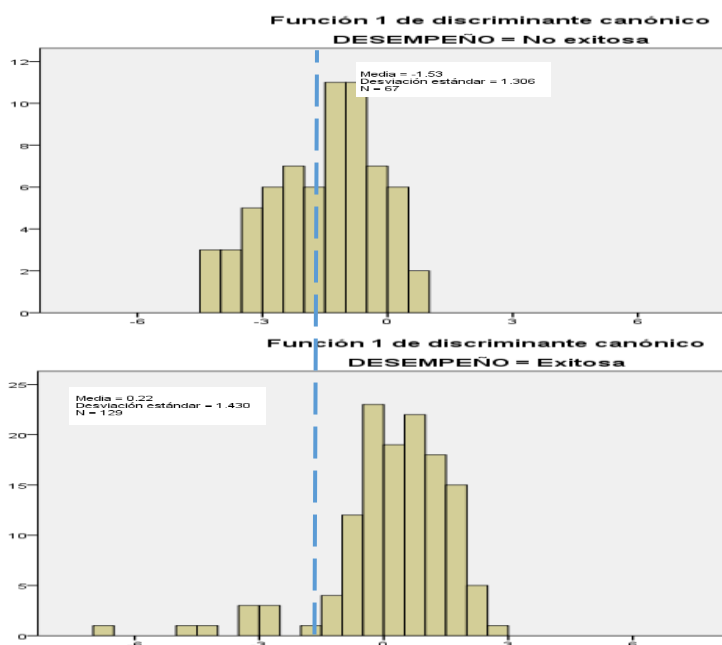
$$F_1 = 5.128 \text{ EMPLEADOS} + 5.245 \text{ N1.EDAD} + 6.886 \text{ N9.QUIEBRA} + 7.616 \text{ N10.3VENTASBA} + 9.082 \text{ N11.RAZONEMPR} + 63.712 \text{ N12.11FLEXOBLFAM} + 2.616 \text{ N15.5ACCIOIND} + 2.171 \text{ N24.5FAMIL} + 17.566 \text{ N26.1CAPCURS} - 258.587 \quad (\text{Constante})$$

El modelo discriminante que determina a las microempresarias que van hacer exitosas de acuerdo a sus razones factores determinados por el modelo es:

$$Z = F_1 - F_0 = 0.679 \text{ EMPLEADOS} + 1.188 \text{ N1.EDAD} + 1.896 \text{ N9.QUIEBRA} + 0.696 \text{ N10.3VENTASBA} + 0.655 \text{ N11.RAZONEMPR} - 1.742 \text{ N12.11FLEXOBLFAM} - 0.784 \text{ N15.5ACCIOIND} + 0.496 \text{ N24.5FAMIL} + 0.912 \text{ N26.1CAPCURS} - 8.812 \quad (\text{Constante})$$

En la siguiente gráfica se muestra el gráfico de clasificación del modelo discriminante:

GRÁFICA NO. 39
HISTOGRAMAS DEL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE EN EL QUE SE MUESTRA COMO EL MODELO AD DIFERENCIA A LAS MICROEMPRESARIAS EXITOSAS Y NO EXITOSAS EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

Este gráfico muestra como el modelo discrimina al grupo de microempresarias exitosas y no exitosas del Municipio de Toluca. En esta se aprecia como en el histograma superior se agrupa la mayoría de las empresarias que no fueron exitosas se agrupan en el lado izquierdo, mientras que en el histograma inferior se aprecia la mayoría de las microempresarias se agrupan en el lado derecho.

La Tabla No. 19, expresa el porcentaje de empresas clasificadas correctamente de acuerdo a la función discriminante de Fisher.

TABLA NO.18
TABLA DE CONFUSIÓN DEL MODELO DISCRIMINANTE QUE CLASIFICA A LAS
MUJERES EMPRENDEDORAS DEL MUNICIPIO DE TOLUCA

Resultados de clasificación^a

DESEMPEÑO			Pertenencia a grupos pronosticada		Total
			No exitosa	Exitosa	
Original	Recuento	No exitosa	57	10	67
		Exitosa	32	97	129
	%	No exitosa	85.1	14.9	100.0
		Exitosa	24.8	75.2	100.0

a. 78.6% de casos agrupados originales clasificados correctamente.

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la salida de la plataforma de SPSS.

En la tabla anterior muestra la capacidad que tiene el modelo de Análisis Discriminante en poder clasificar a las microempresarias del Municipio de Toluca en exitosas y no exitosas. Como se indica en la Tabla No. 18, el modelo clasifico 57 de las 67 microempresarias consideradas No exitosas, lo que representa el 85.1%, mientras que el mismo modelo clasifico el 97 de las 129 microempresarias consideradas dentro del grupo de Exitosas, lo que representa un 75.2 % de capacidad de clasificar dentro de este grupo.

Por lo tanto el Modelo Discriminante en esta investigación tiene un porcentaje alto de clasificar a las microempresarias correctamente, siendo esta del 78.6%. Y al pasar las

pruebas estadísticas, se puede afirmar que si se pudo determinar un modelo estadístico apoyado en la técnica de Análisis Discriminante que clasifica a las mujeres microempresarias emprendedoras del Municipio de Toluca, en las que tienen más posibilidad de ser Exitosas y las que no, de acuerdo a los factores analizados en la presente investigación.

4.5. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A través del modelo discriminante se han podido identificar las variables que más contribuyen para determinar el perfil que presentan las mujeres que emprenden microempresas exitosas en el subsector de venta de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca, así como evidencias que influyen en el éxito o fracaso de dichas microempresas a continuación se presentan los resultados obtenidos:

4.5.1. RESULTADOS DE LAS PRUEBAS DE HIPOTESIS

Hipótesis General:

Las características, habilidades o motivación, permiten conocer el perfil de las mujeres al emprender microempresas exitosas en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

De acuerdo al modelo discriminante se acepta debido a que la motivación y las habilidades son elementos que influyen positivamente en el perfil de las mujeres al emprender una microempresa exitosa en el subsector de venta de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca.

H1s: Las características personales de la mujer influyen positivamente para llegar a ser una microempresaria exitosa.

Esta hipótesis es rechazada en su totalidad debido a que ninguna variable tiene un poder discriminante que influya positivamente en el perfil de la mujer que emprende una microempresa y llega a ser exitosa. La cual no tuvo un impacto en los resultados del modelo.

No se encuentran elementos que permitan demostrar estadísticamente que las características personales sean considerables por lo que se no acepta H_0 : Las características personales no describen la condición de éxito para las mujeres que emprenden microempresas en el subsector de venta de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca.

H2s: La motivación de la mujer, influye positivamente para llegar a ser una microempresaria exitosa.

La variable con mayor poder discriminante en torno a la motivación es la Flexibilidad para manejar sus obligaciones, la cual forma parte de los factores de necesidad, debido a que muchas mujeres no pueden cubrir un horario específico porque sus hijos son pequeños y los tienen que atender y difícilmente en los empleos formales pueden tener la flexibilidad de atender a sus hijos, enseñarlos a caminar a hablar, llevarlos y recogerlos de la escuela o guardería, asistir a juntas de padres de familia, clases abiertas, festivales, revisar sus tareas, llevarlos al médico cuando enferman, a sus actividades deportivas o artísticas, estar pendiente de las amistades que frecuentan sus hijos, y cuando crecen y son mayores muchas veces forman una familia, ayudan al cuidado de sus nietos repitiendo muchas de las actividades que desarrollaron al ser madres, además las mujeres se encargan del cuidado de los ancianos y de enfermedades que se empiezan a manifestar por la propia edad, y un trabajo con un horario establecido o muy demandante les resulta muy complicado, otra situación se puede presentar cuando un esposo o un hijo presenta alguna enfermedad o discapacidad y requieren una atención especial, muchas de ellas también deben cumplir con el trabajo doméstico lavar, planchar cocinar, limpiar la casa, etc., y en algunos casos son las jefas de familia y proveedoras del hogar quienes difícilmente pueden conciliar los horarios de un trabajo fijo y emprender una microempresa les permite tener

flexibilidad para manejar sus obligaciones familiares y generar su propio empleo así como el de otras familias al ofrecer oportunidades de trabajo.

Por lo tanto la flexibilidad para manejar sus obligaciones familiares es el principal motivo para emprender una microempresa, las mujeres que presentan este factor se relaciona positivamente con el perfil que presentan las microempresarias con el éxito de la empresa. Por tanto, esta hipótesis es aceptada.

Ha: La motivación es un elemento de éxito de emprendimiento para las microempresarias del subsector de venta de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca, debido a que la flexibilidad familiar influye directamente en el comportamiento de las mujeres, si es exitosa o no exitosa.

H3s: Las habilidades empresariales de las mujeres, influyen positivamente para llegar a ser microempresarias exitosas.

En cuanto a las habilidades la variable con mayor poder discriminante es la preferencia natural hacia la acción individual, es muy común que se presente esta habilidad al emprender una microempresa, debido a que las mujeres prefieren trabajar de forma individual y no depender de otras personas, ellas prefieren hacerse responsables de la dirección, organización y administración de las microempresas y en general de las actividades que desarrolla día a día, evitando incidentes críticos con algún socio derivado de la falta de compromiso o comunicación, toma de decisiones que tengan sentido económico a largo plazo, además de no estar muchas veces de acuerdo con respecto las ganancias al documentarlas y formalizar dejando demasiados vacíos al no establecer claramente qué hacer con las ganancias, ya que muchas veces no quieren volverlas a invertir, prefieren utilizarlas inmediatamente y repartirlas conforme hayan dispuesto al inicio del negocio, no es fácil conciliar las responsabilidades personales de varios socios con las que demanda la microempresa lo que puede generar conflictos, razones por las cuales las mujeres generalmente tienden a realizar sus actividades de manera individual

Por lo tanto, la preferencia natural hacia la acción individual es la principal habilidad que deben presentar las mujeres al emprender una microempresa, esta variable se encuentra estrechamente relacionado con el perfil que presentan las mujeres que son exitosas en sus microempresas. Esta hipótesis se acepta.

Ha: Las habilidades representan un elemento de éxito de emprendimiento para las microempresarias del subsector de venta de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca, debido a que la preferencia natural hacia la acción individual de las mujeres, determina si es exitosa o no exitosa.

4.5.2. EVIDENCIAS QUE INFLUYEN EN EL ÉXITO Y FRACASO DE LAS MICROEMPRESAS DIRIGIDAS POR MUJERES EN EL SUBSECTOR DE VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA

A través del modelo discriminante se han podido identificar las variables que más contribuyen para determinar el perfil que presentan las mujeres que emprenden microempresas exitosas en el subsector de venta de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca, así como los elementos que contribuyen al éxito o fracaso de una microempresa encontrando evidencias en la Escuela Comportamental a través de cuatro dimensiones:

1. *El individuo (La emprendedor/a)* la variable con mayor poder discriminante es la **edad**, ya que resulta fundamental para emprender una microempresa si son mujeres jóvenes o maduras esto, se encuentra estrechamente vinculado con la experiencia en el mercado laboral y empresarial, conocimientos, el estado civil, número de hijos, independencia, autoestima, mejorar estilo de vida, ganancias, equilibrio entre su actividad familiar y laboral, asumir riesgos y adaptarse a los cambios de tecnología, las mujeres jóvenes pueden adaptarse al cambio de estilo de vida actual rápidamente, a diferencia de las mujeres maduras a quienes les cuesta más trabajo adaptarse al cambio y son más tradicionalistas.

2. El Entorno (Factores externos) la variable con mayor poder discriminante es el **número de empleados** debido a que generalmente las empresas de las mujeres son de tamaño micro generan empleo de 1 a 10 puestos de trabajo, debido a que tienen mayores limitaciones de financiamiento, personales (conciliar labores domésticas y cuidado de los hijos), conocimientos empresariales, lo que limita el crecimiento de la empresa especialmente en lo referente al número de trabajadores, algo que es importante resaltar es el empleo que se genera en estas empresas independientemente del tamaño y número de empleos es una gran contribución al desarrollo económico de la localidad donde se ubican las empresas.

3. La Organización (La empresa) la variable con mayor poder discriminante es la **quiebra** de una microempresa que tuvo con anterioridad, esto se relaciona con la pérdida de capital invertido, el riesgo que se corre al emprender una empresa y perder el capital ahorrado patrimonio de la familia, frustraciones por las ventas generadas y ganancias obtenidas, desaliento por la gran competencia y no ofrecer las mismas condiciones que las grandes empresas en el mismo sector, pesimismo para volver a intentarlo derivado de la falta de planeación, organización, administración al no tener experiencia empresarial y no contar con un adecuado financiamiento que le permita permanecer en el mercado, lo cual provoca que las microempresas salgan del mercado y quiebren.

4. El Proceso (Actividades previas al inicio de la empresa) la variable con mayor poder discriminante fue **las razones que influyeron para que decidieran emprender su microempresa** las cuales se encuentran relacionadas con las transformaciones en los hogares en donde muchas mujeres asumen la responsabilidad del hogar incorporándose al mercado laboral, no solo por la irresponsabilidad de su esposo, sino porque muchas veces se encuentran enfermos o discapacitados o sin empleo y emprender una microempresa en el subsector de venta de alimentos y bebidas es una opción muy favorable, ya que son actividades que son una extensión de las labores femeninas en donde pueden llegar a tener mayor experiencia y posibilidad de atender las actividades domésticas así como el cuidado de sus hijos.

En cuanto a los elementos de análisis de **apoyo al emprendimiento femenino** de microempresas se obtuvieron dos variables con mayor poder discriminante la primera es el **apoyo financiero de familiares**, normalmente las mujeres emprenden su microempresa con capital propio y préstamos de la familia, debido a la dificultad que representa obtener financiamientos a través de préstamos y créditos de instituciones privadas y públicas, además de no contar con un historial financiero, otro aspecto que las hace recurrir a los familiares es la aversión al riesgo, debido a que no cuentan con conocimientos suficientes de las diferentes opciones de capital a las cuales pueden recurrir y prefieren el apoyo de capital de la familia.

La segunda variable es la **capacitación y cursos por parte del gobierno** dirigidos a las mujeres que emprenden microempresas, resulta determinante porque muchas veces no invierten en capacitación por el costo que representa, porque generalmente inician con un pequeño capital, además de no tener claridad en donde ofrecen este tipo de capacitación acorde a las necesidades de su microempresa, lo que las ayudaría a la consolidación y crecimiento de su empresa, por lo cual, el gobierno debe ofrecer mecanismos para una mayor difusión y cobertura, porque muchas de las microempresarias no son beneficiadas de este tipo de apoyos.

En esta investigación se consideró el criterio del **emprendimiento exitoso o no exitoso** de las microempresas del subsector de ventas de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca y la variable con mayor poder discriminante no exitoso fue las **ventas bajas** y esto se relaciona con la difícil situación económica que se presenta en el país, aunada al constante incremento de precios derivado de la inflación, la competencia que existe con empresas de mayor renombre que están consolidadas, reconocidas y posicionadas en el mercado que son mucho más competitivas que muchas de las microempresas, por otra parte, los precios que ofrecen las microempresas en algunos casos no son tan competitivos y esto se relaciona con el precio los insumos ya que generalmente es más elevado por el volumen de compras que realizan, teniendo un margen menor de ganancia, otro aspecto que puede influir en las ventas bajas es porque la microempresa no se encuentra ubicada adecuadamente y los consumidores no acuden y realizan el consumo,

esto hace que no tengan un gran volumen de ventas, la calidad que se ofrece siempre debe ser uniforme porque en la medida que hay variación el cliente lo percibe y disminuyen sus ventas, brindar un mal servicio al cliente puede afectar a las ventas lo que lleva a no generar fidelidad del consumidor. Todos estos elementos influyen para que se registren ventas bajas en una microempresa y no sea exitosa, lo cual la llevará a que fracase.

Por lo tanto, aquellas mujeres que emprenden microempresas en el subsector de ventas de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca y presentan las variables encontradas en el modelo discriminante tienen un perfil deseable para llegar a ser exitosas, además de hallar evidencias que influyen en el éxito y fracaso de las microempresas en el subsector de venta de alimentos y bebidas en el Municipio de Toluca.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

A modo de reflexión final, este capítulo presenta las conclusiones relevantes derivadas de los diferentes capítulos que componen el presente trabajo de tesis doctoral, puntualizando que la naturaleza del estudio de caso y los hallazgos encontrados que serán de gran utilidad para determinar el éxito del emprendimiento de las mujeres.

5.1. DISCUSIÓN

Derivado de la pesquisa de la literatura se encontró que en diferentes momentos de la historia, diversos autores que han incluido al emprendedor como un elemento importante en su fundamento teórico. Sin embargo, no existe consenso puntual respecto la definición debido a su constante evolución, lo cual constituye un reto por la gran variedad de visiones de los expertos y por la complejidad de la actividad que realizan los emprendedores. No existe una definición universalmente aceptada del concepto del emprendedor, siendo lo más criticado la conformación de un concepto universal para definirlo, esta implicación desde el ámbito teórico.

En cuanto al ámbito de la práctica no cabe duda, que las mujeres han accedido a la actividad empresarial y va en aumento a pesar de la inequidad y desigualdad en el ámbito empresarial, pero a pesar de este tipo barreras, el emprendimiento en la microempresa es una alternativa para generar su propio empleo, teniendo la ideología de ser mejor remuneradas y administrar su tiempo siendo empleadoras y muchas veces incorporando a sus familiares que carecen de empleo a su empresa, además de conciliar el trabajo doméstico y cuidado de sus hijos, así como en algunos casos la población de la tercera edad que normalmente se encuentra a cargo de las mujeres.

De la misma forma se puede constatar que las mujeres preferentemente se concentran en el pequeño comercio y servicios, debido a que no es necesaria una gran capacitación profesional además de iniciar con un pequeño capital para incursionar en esta actividad, como en la venta de alimentos y bebidas debido a la experiencia que adquieren es una prolongación de sus roles domésticos, lo cual es menos valorado y genera menores recursos además de que su sobrevivencia es más corta que otras actividades.

El hecho que las mujeres emprendan microempresas y que permanezcan en el mercado más de dos años, son consideradas como exitosas por todos los obstáculos que han tenido que enfrentar, destacando el acceso al crédito, tasas y plazos accesibles debido a los requerimientos que se exigen principalmente de la banca comercial para obtener financiamiento, debido a que no existe condiciones favorables y nuevos productos financieros que respondan a las necesidades de las mujeres empresarias.

Es evidente reconocer que existen avances en apoyo por parte del gobierno para que las instituciones otorguen préstamos a emprendedoras para iniciar una microempresa a mejores tasas. Sin embargo, se debe ofrecer más apoyo por parte del gobierno para que no solo quede en el discurso oficial el compromiso con las mujeres ya que la realidad muchas veces es distinta.

El gobierno debe facilitar el emprendimiento de nuevas microempresas a través de la capacitación sobre temas específicos que den respuesta a problemas reales como: Recursos humanos, mercadotecnia, normas oficiales mexicanas, tecnología, innovación, administración, organización, programas de computación uso de internet, páginas web, productividad, finanzas, liderazgo, negociación, relaciones humanas, manejo de estrés, inteligencia emocional, confianza, seguridad, formación de equipos de trabajo, a través de talleres teórico-prácticos lo que generaría un mejor aprovechamiento para las microempresas que se dedican al subsector de venta de alimentos y bebidas.

Es importante rediseñar la creación de empresas a través de incubadoras, establecer vinculación con aceleradoras que las ayuden a permanecer y competir en el mercado,

difundiendo casos de éxito de microempresarias en el subsector de venta de alimentos y bebidas para dar a conocer su experiencia.

Hacer hincapié en la importancia que tiene la familia para lograr el crecimiento y permanencia de la microempresa así como el reconocimiento de aquellas mujeres que son jefas de familia y emprenden una microempresa, asumiendo riesgos para enfrentar las presiones internas y externas a las que están expuestas.

Sin duda es necesario reconocer la aportación de la microempresa al crecimiento económico y establecer políticas que den respuestas favorables a las necesidades de las microempresarias a través de programas que benefician a las mujeres así como información dirigida a las interesadas en iniciar una microempresa difundiéndola de manera adecuada, en Foros y Ferias dirigidas a microempresarias, procesos de certificaciones en apoyo a las mujeres.

Más allá de dichos aspectos, es necesario establecer que la revisión de literatura, la aplicación del modelo discriminante permitió aceptar la hipótesis general de esta investigación así como dos hipótesis específicas que se relacionan con la motivación y las habilidades de las mujeres y rechazar la hipótesis con respecto a las características personales de las mujeres que influyen, positivamente para llegar a ser microempresarias exitosas. Así como cumplir con los objetivos planteados y responder la pregunta de investigación, a través de la revisión documental y aplicación de cuestionarios para examinar el caso particular de esta tesis doctoral, se puede añadir que resulta de gran relevancia el abordaje del tema del perfil del emprendimiento de la mujer en la microempresa del subsector de venta de alimentos y bebidas, por lo cual esta tesis doctoral es un ejemplo de acercamiento de investigación lo que ha permitido detectar los factores que deben cumplir para alcanzar el éxito en su emprendimiento y permanencia en el mercado.

5.2. LIMITACIONES

La principal limitación es realizar un estudio solamente en el Municipio de Toluca y no poder hacer un comparativo con otros municipios del Estado de México o del país, para establecer comparaciones. Solo se considera el municipio de Toluca porque no se cuenta con recursos para llevar a cabo una investigación más amplia, por el costo que representa el desplazamiento y estancia para aplicar los cuestionarios en otros lugares. Difícilmente una estudiante de doctorado con sus propios recursos, lo podría solventar.

Durante el desarrollo de la investigación se presentaron algunas circunstancias que pueden considerarse como limitantes, una es la falta de grupos de comparación tanto de microempresarias en diferentes sectores o en diferentes municipios del Estado de México, estados de la República Mexicana o diferentes países, esta investigación se hubiera visto fortalecida si se hubiera realizado con otros grupos de análisis y con ello estar en condiciones de establecer si los elementos encontrados como exitosos para el emprendimiento de una microempresa son propios del sector de alimentos y bebidas o si es generalizable para otros sectores.

Por otra parte, las evidencias estadísticas resultan ser una limitación mucho mayor para casos concretos de estudio, sin embargo, realizar un estudio de campo permite rescatar y obtener información para explicar el comportamiento de dicho fenómeno, facilitando realizar cálculos a través de la generación de una base de datos, lo que permitió evidenciar los factores para alcanzar el éxito de mujeres que emprenden microempresas en el sector de venta y alimentos. Sin embargo, al ser un estudio de tipo transversal, los resultados solo reflejan las percepciones de momento de su aplicación.

Otra limitación a este estudio puede ser el hecho de que la muestra provenga de mujeres únicamente, sería muy interesante investigar el perfil que presentan los varones y establecer las diferencias de género en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

Una de las principales limitaciones en cualquier investigación sobre los emprendimientos de mujeres, es que no existe suficiente información a nivel empresa desagregada por género ya que es sumamente escasa y muchas se establecen como microempresas informales.

Es relevante mencionar la limitación de no haber podido recabar información en torno a las ventas de las empresarias así como de las utilidades o ganancias, como criterio de éxito, debido a que las microempresarias son reticentes a este tipo de información debido a la situación de violencia, robo y secuestro que se vive diariamente en nuestra sociedad.

5.3. APORTACIONES DE LA TESIS

Esta tesis doctoral contribuye a determinar los factores que debe considerar una mujer que emprende una microempresa en el subsector de venta de alimentos y bebidas, presentando las condiciones que enmarcan el emprendimiento femenino exitoso en el Municipio de Toluca, aspectos que en su conjunto permiten tener el perfil deseable y tomando como base los resultados de la investigación.

La investigación intenta contribuir académicamente aportando conocimiento desde la perspectiva del emprendimiento de las mujeres que deciden iniciar una microempresa a través del modelo discriminante el cual establece el perfil de las mujeres exitosas y no exitosas en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

Desde el ámbito profesional, las consultorías se encuentran enfocadas a dar respuesta a los problemas que enfrentan las empresas y esta investigación servirá para establecer el tipo de perfil que deben presentar las microempresarias exitosas el cual, puede ser la clave del éxito y solución a los problemas de sus empresas.

Desde una perspectiva empresarial, los resultados de esta investigación permitirán determinar los factores, que deben cumplir las mujeres para llegar a ser emprendedoras exitosas.

Además de servir para que el gobierno implemente políticas públicas dirigidas a mujeres que emprenden microempresas, con el fin de promover que más mujeres se inserten de manera competitiva en la actividad empresarial.

Haber investigado el perfil que deben presentar las microempresarias exitosas debe ubicarse como uno de los ejes prioritarios para la actividad empresarial ya que representa un tema económico muy importante de la agenda de política y valioso recurso para el crecimiento y desarrollo en México.

Se ha podido encontrar que las mujeres tienen factores en común; habilidades, motivos y características, así como retos y desafíos al emprender microempresas independientemente de la temporalidad y enfoque que se utilice, el subsector de venta de alimentos y bebidas, es una extensión de las actividades del hogar y en donde tienen mayor experiencia.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación y de proponer un modelo discriminante, puede servir de base para futuras investigaciones relacionadas con el éxito o fracaso de la actividad empresarial.

5.4. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

A partir de este trabajo doctoral es factible abrir posibilidades de investigación de los aspectos involucrados en esta investigación que no fueron indagados pero que resulta de gran valía para el emprendimiento de microempresas exitosas.

En el futuro podría realizarse estudios relacionados con esta investigación y continuar estudiando a este grupo de mujeres emprendedoras que permita ayudar crear empresas exitosas y proponer futuras líneas de investigación como:

Utilizar la metodología cualitativa, lo que permitirá conocer el comportamiento de las microempresarias y rescatar elementos de los procesos sociales que en los estudios cuantitativos omiten, tomando en consideración la limitación para generalizar por parte de este tipo de estudios.

La aplicación de éste modelo en mujeres y varones que emprenden microempresas en otros sectores, para generar perfiles ideales de empresas exitosas.

Comparar si los emprendedores varones presentan las mismas habilidades, características y motivación al emprender una microempresa que las mujeres en el subsector de venta de alimentos y bebidas en México.

Realizar una investigación para determinar la capacitación que requieren las microempresarias para ser exitosas y permanecer en el mercado en el subsector de venta de alimentos y bebidas.

Llevar a cabo una investigación para conocer a fondo la relación de la familia y el emprendimiento de microempresas.

Realizar una investigación de la relación que existe entre la edad de la microempresaria que tienen hijos menores y los apoyos que existen por parte del gobierno para ofrecer servicios de guardería y la expansión de su microempresa.

Investigar las ventas y rentabilidad de microempresas de mujeres.

Indagar la dificultad que representa administrar el tiempo y conciliar microempresa y familia.

Realizar una investigación para conocer el deterioro de la salud y el estrés que presentan las mujeres por la carga de trabajo al dirigir una microempresa.

Investigar si entre las microempresarias existen acciones de corrupción y competencia desleal, actitudes que son consideradas de un ambiente masculino.

Indagar si los programas dirigidos a apoyar a emprendedoras son difundidos y son conocidos por las mujeres.

Investigar la relación entre empoderamiento y las microempresas desde una perspectiva de género.

Indagar la relación que existe entre educación y el papel que representa para preparar a las mujeres para ser empleadoras y no empleadas.

Una línea de investigación tiene que ver con la edad del esposo y el empleo, ya que es difícil que lo contraten en empleos con sueldos atractivos que percibía cuando fue joven, independientemente si es profesionista o desarrolla algún oficio y que posteriormente encuentran trabajos mal remunerados y se incorporan a la microempresa que emprendió su esposa.

Otra línea de investigación tiene que ver con los precios de compra y venta para las microempresas y la competencia en el mercado, lo cual tiene una relación con la competencia en el mercado en el subsector de venta de alimentos y bebidas. Para el éxito o fracaso de la microempresa.

Realizar una investigación para comparar si los emprendedores varones presentan las mismas habilidades, características y motivación al emprender una microempresa que las mujeres en el subsector de venta de alimentos y bebidas en México.

En suma, este esfuerzo de reunir los factores que resultan indispensables en el perfil de las mujeres que emprenden microempresas, para lograr el éxito en el subsector de venta de alimentos y bebidas es un primer paso que se requiere para profundizar y ampliar el campo de estudio.

5.5. DOCUMENTOS PROBATORIOS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TEMA DE LA TESIS DOCTORAL

A lo largo de esta investigación, como fruto de la experiencia profesional y de la temática indagada en torno a género, emprendimiento, microempresas, negocios, mercadotecnia, me ha permitido participar en diferentes eventos como conferencista, ponente, jurado, organizadora y asesora, ver Anexo No. 3, donde se muestran los documentos probatorios que avalan dicho trabajo. Actividades relacionadas con el tema de la tesis doctoral.

FUENTES CONSULTADAS

- Abarca, A., Repinoza, J., Mandakovic, V., Rojas P. y Yañez, C. (2015) *Global Entrepreneurship Monitor Reporte Regional Biobio* 2014-2015. Primera Edición. Santiago-Chile.
- Abirami, P., y Sivasubramanian, J. (2011). *Empowering women through self help groups. International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*, 1(6) <http://search.proquest.com/docview/919215978?accountid=15300>
- Acosta, D. F. (1997). *Los Estudios sobre la Jefatura de Hogar y Pobreza en México y América Latina*, en: Alatorre, Javier. *Las Mujeres en la Pobreza*. Comité Coordinador de GIMTRAP, México.
- Acs, Z. J., Bardasi, E., Estrin, S. y Svejnar, J. (2011). *Introduction to special issue of small business economics on female entrepreneurship in developed and developing economies*. *Small Business Economics*, 37(4), 393-396. doi:10.1007/s11187-011-9372-1
- Agarwal, S. y Lenka, U. (2015). *Study on work-life balance of women entrepreneurs – review and research agenda*. Emerald Group Publishing Limited. Volumen: 47. Número: 7. DOI: [10.1108/ICT-01-2015-0006](https://doi.org/10.1108/ICT-01-2015-0006)
- Alcaraz, R. R. (2011). *El emprendedor del éxito*. Cuarta edición. Mc Graw Hill. México.
- Alsos, G. y Ljunggren, E. (1998). *Does the business start-up process differ by gender? A longitudinal study of nascent entrepreneurs*. *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College.
- Álvarez H. A. y Valencia L. P. (2008). *An Analysis of Social Demographic Factors Determining the Enterprise Creation in the Field of Multiculturalism*. *Revista de Economía Mundial*. 18, 341-353.
- Amarís, M., Vargas, P., David, J. y Gutiérrez, L. (2015). *Familias en el trabajo: Estrategias de afrontamiento de grupos microempresarios familiares*. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XXI, núm. 4, octubre-diciembre, 2015, pp. 560-568. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Amezcu, B. V. y Chávez R. A. (2011). *Empresarias y políticas públicas. Los programas gubernamentales: Una agenda en construcción*. CAPITULO 8. (Coord.) Sara G. Martínez Covarrubias. *Mujeres y empresa. Acercamiento multidisciplinario*. p. 197 p. 243. ISBN: 970-692-XXX-0. Universidad de Colima. México.
- Amorós E., José E. y Pizarro S. O. (2006). *Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio*. *Universidad y Empresa*. Vol. 5, núm. 11. Diciembre de 2006. 15-32

- Anil, B. y Azize, E. (2014). *Women entrepreneurs' personality characteristics and parents' parenting style profile in Turkey*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 109, pp. 92-97. Available on line at www.sciencedirect.com
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E. y Mero, N. P. (1999). *Women business owners in traditional and non-traditional industries*. Journal of Business Venturing, 15(3), 279-303.
- Apergis, N. y Pekka-Economou, V. (2010). *Incentives and female entrepreneurial activity: Evidence from panel firm level data*. International Advances in Economic Research, 16(4), 371-387. doi:10.1007/s11294-010-9277-9
- Arasti, Z., Oliayee, R. S., Zarei B., Shariat, P. y Shirin M., (2012). *A Qualitative Study on Environmental Factors Affecting Iranian Women Entrepreneurs' Growth Orientation*. Journal of Management and Strategy Vol. 3, No. 2.
- Arias, P. (2001). *Mujeres en los negocios y mujeres de negocios*. En Dalia Barrera Basols (comp.). Empresarias y ejecutivas mujeres con poder. El Colegio de México. México.
- Arteaga, M. E. y Lasio, V. (2009). *Empresas dinámicas en Ecuador: factores de éxito y competencias de sus fundadores*. AiaJemiu. Refino Loliniia meriíuiiii de Administración. 42. 1-19. Copyghl 2CK)9 de ClodcB. <http://iwiitaacademia.clailea.org>
- Auletta, N. (2011). *Mujeres Emprendedoras: Familia, Negocio y Sueños en Equilibrio*. DEBATES IESA. Volumen XVI NÚMERO 1. Venezuela.
- Badri, O. M. (2015). *Role of women in achieving shared prosperity: An impact study of Islamic microfinance in Malaysia*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 211, pp. 1043-1048. Available on line at www.sciencedirect.com
- Banerjee, R. (2008). An examination of factors affecting perception of workplace discrimination. Journal Laboral Responsibility, Vo. 29, pp. 380-401.
- BarNir, A. (2012). *Starting technologically innovative ventures: Reasons, human capital, and gender*. Management Decision, 50(3), 399-419. doi:10.1108/00251741211216205
- Barrett, M. y Moores, K. (2009). *Spotlights and shadows: Preliminary findings about the experiences of women in family business leadership roles*. Journal of Management and Organization, 15(3), 363-377. <http://search.proquest.com/docview/233256548?accountid=14633>
- Berg, N.G. (1997). "Gender, Place and Entrepreneurship", Entrepreneurship & Regional Development, 9, 259-268.

- Bhasin, V. (2009). *Determinants of technical efficiency of women entrepreneurs in the food processing enterprises in cape coast*. Ghana Policy Journal, 3, 24-47.
<http://search.proquest.com/docview/742828119?accountid=15300>
- Bowen, D. y Hisrich, R. (1986). *The female Entrepreneur. A Career Development Perspective*. The Academy of Management Review, 11 (2), 393-407.
- Bowen, D. y Hisrich, R. (1986). *The female Entrepreneur. A Career Development Perspective*. The Academy of Management Review, 11 (2), 393-407.
- Brindley, C. (2005). *Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk*. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 11(2), 144-161.
- Brush, C. (1992). *Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 5-30.
- Buttner, E.H. y Moore D.P. (1997 b). *Women's Organizational Female Business Owners: An Exploratory Study*. Journal of Small Business Management, July, 18-34.
- Buttner, H. y Moore, D. (1997 a) *Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported, motivations and correlates with success*. Journal of Small Business Management, January, pp.34-46.
- Bygrave, W. y Hofer, C. (1991). *Theorizing about entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and Practice, 16 (2) 13-22.
- Cabezas, E. C. y González, G. C. S. (2011). *Reorientación del programa opciones productivas. El caso de Colima*. CAPITULO 9. (Coord.) Sara G. Martínez Covarrubias. Mujeres y empresa. Acercamiento multidisciplinario. p. 245 p. 266. ISBN:970-692-XXX-0. Universidad de Colima. México.
- Cantillón, R. (1755). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. Fondo de Cultura Económica. México, 1978.
- Cantón, C., Luis C.G., García L., Alan, L. G. y Magaly, C. (2014) *El enfoque de competencias para formar emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México*. Tec. Empresarial, Agosto-Octubre, Vol. 8 Núm. 2 pp.29-40. México.
- Capt, J. (2000) *Cuestiones de Género en el desarrollo de las microempresas. Servicio de desarrollo y gestión de empresas*. OIT. Ginebra. 1-22.
- Caputo, R.K. y Dolynsk, A. (1998). *Women's Choice to Pursue Self-Employment: The role of Financial and Human Capital of Household Members*, Journal Small Business Management, Julio, 18-34.

- Carosio, A. (2004). *Las Mujeres y la Opción Emprendedora. Consideraciones sobre la gestión*. Revista Venezolana de Estudios de la Mujer- Caracas, Julio-Diciembre Vol. 9, No. 23 Universidad Central de Venezuela.
- Carter, N. y Rosa, P. (1998). The financing of male and female- owned business. *Entrepreneurship and regional development*, 10(3), 225-241.
- Carter, S. y Cannon, T. (1992). *Women as Entrepreneurs*. London: Academic Press.
- Cassar, G. (2007). *Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth*. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19, 89-107.
- Castiblanco, M.S. (2013). *La construcción de la categoría de emprendimiento femenino*. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, vol. XXI, núm. 2, diciembre, pp.53-66. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá Colombia.
- Cech, E. A. y Blair-loy, M. (2010). *Perceiving glass ceilings? meritocratic versus structural explanations of gender inequality among women in science and technology*. *Social Problems*, 57(3), 371-397. doi:10.1525/sp.2010.57.3.371
- Cerda C. A., Correa de la Torre, L. L. y Martínez, R. K. (2008). *Diagnóstico sobre la situación de las empresarias*. Instituto Nacional de las Mujeres. Dirección General de Promoción y Enlace. Dirección de Desarrollo Sustentable. México.
- Chan, M. y Balam, J. (2011). *Comparación del nivel de emprendimiento de los alumnos de dos Universidades Tecnológicas*. Global Conference on Business and Finance Proceedings. Volume 6. Number 2, 1261-1272.
- Chell, E. y Baines, S. (1998). *Does gender effect business performance? A studies of microbusiness in business services in the UK*. *Entrepreneurship & regional development*, 10, 117-135
- Clayton, K. (1998). *Women's work. Success in small business*. Australian CPA; Melbourne, Nov. 36-39.
- Correa, C. Z. y Conde, C. Y. (2011) *Formación en emprendimiento en estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Pública de Popayan*. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 71, pp.40-51. Bogotá, Colombia.
- Cromie, S. (1987). *Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs*. *Journal of Occupational Behaviour*. 8(3), 251-261
- Crowling, M. y Taylor (2001). *Entrepreneurial Women and Men: Two different species?* *Small Business Economics*, 2001-16, 167-175

- Cueto, I. B. (2008). *Políticas de fomento del autoempleo y creación de empleo. Un estudio de caso*. Estudios de Economía Aplicada Vol. 26-3. 1-16
- Dávila, A. (1999) *Las Perspectivas Metodológicas Cualitativa y Cuantitativa en las Ciencias Sociales: Debate Teórico e Implicaciones Praxeológicas*. En *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en las Ciencias Sociales*. Editorial Síntesis. España 1999.
- De la Mora, S. L. (s. f.). *La equidad de género, un gran negocio*. p. 37-66. [En línea] http://www.sela.org/media/1876563/articulo_la_equidad_de_genero-un_gran_negocio_-luz_maria_de_la_mora.pdf. [Último acceso: agosto 2016].
- De María, C. M. (2002). *Pequeñas y medianas empresas industriales y política tecnológica: el caso mexicano en las tres últimas décadas*. Naciones Unidas CEPAL-ECLAC, Santiago de Chile.
- De Martino, R. y Barbato, R. (2003). *Differences between women and men MBA entrepreneurs: Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators*. Journal of Business Venturing, 18 (6): 815-832.
- De Mel, S., McKenzie, D. y Woodruff, C. (2009). *Are women more credit constrained? experimental evidence on gender and microenterprise returns*. American Economic.
- De Vita, L, Mari, M. y Poggesi, S. (2014). *Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature*. European Management Journal. ELSEVIER SCI LTD. Volumen: 32, Número 3. DOI [10.1016/j.emj.2013.07.009](https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009)
- Diario Oficial de la Federación, (30 de Diciembre de 2009). *Clasificación de acuerdo al número de empleados*. México.
- Díaz-Fonseca, M. y Marcuello, C. (2013). *Motivaciones del emprendedor cooperativo en Aragón. CIRIEC-España*, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, núm. 7, agosto, pp-53-70. Valencia Organismo Internacional.
- Díaz-García, M. y Jiménez-Moreno, J. (2010). *Entrepreneurial intention: The role of gender*. International Entrepreneurship and Management Journal, 261-283. doi:10.1007/s11365-008-0103-2
- Dirección General de Desarrollo Económico y Regulación del Comercio del H. Ayuntamiento de Toluca. *Microempresas de alimentos y bebidas de mujeres en el Municipio de Toluca*.
- Dodescu, A., Badulescu, A., Giurgiu, A. y Pop-Cohut, I. (2011). *Women entrepreneurship in western Romania: Research results and policy recommendations*. Theoretical and Applied Economics, 18(1), 25-48.

- Dollinger M. (1999). *Entrepreneurship*, Ed. Prentice may, USA, pp. 2-23.
- Duarte, C. F. (2007). *Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial*. Contabilidad y Negocios. Departamento Académico de Ciencias Administrativas Pontificia Universidad Católica del Perú. 46-55.
- Duarte, T. y Ruia, T. M. (2009). *Emprendimiento una opción para el desarrollo*. Scientia Et Technica, vol. XV, núm. 43. Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira, Colombia, 326-331. <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=84917310058>
- Dubini, P. (1989). *The influence of motivations and environment of business start-ups: Some hints for public policies*. Journal of Business Venturing, 4, 11-26.
- Dyer, G. (1993). *Toward a theory of entrepreneurial careers*. Entrepreneurship Theory and Practice, 19 (29), 7-21
- Eddleston, K. A. y Powell, G. N. (2012). *Nurturing Entrepreneurs' Work-Family Balance: A Gendered Perspective*. Entrepreneurship theory and practice. May, 513 DOI: 10.1111/j.1540-6520.2012.00506.x
- Elizundia C. M. (2015). *Desempeño de nuevos negocios: Perspectiva de género*. New business performance: Gender perspective. Universidad Anáhuac, Facultad de Economía y Negocios, México. Contaduría y Administración 60 468-485. www.sciencedirect.com
- Encuesta Nacional de Micronegocios [ENAMIN] (2012). Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. [INEGI]. Gobierno de la República. México.
- Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Primer trimestre (2014). Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. [INEGI].
- Enhui, Y. (2011) *Are Women Entrepreneurs More Likely to Share Power than Men Entrepreneurs in Decision-Making? School of Economics and Management, North China Electric Power University, Beijing, China* www.ccsenet.org/ijbm International Journal of Business and Management Vol. 6, No. 4; April. doi: 10.5539/ijbm.v6n4p111
- Entrepreneur (2016). *Así son las MiPymes mexicanas*. Volumen 24. Número 09. 1-96. Septiembre. ISSN1665-5087.
- Escamilla, Z., Z. y Calderon, G. D.C. (2013). *Análisis de los factores socioeconómicos y psicosociales en mujeres y hombres emprendedores nacientes en México*. Investigación Administrativa, núm. 111, enero-junio, 2013, pp.7-19. Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo Tomás. Distrito Federal, México.

- Fagenson, E.A. y Marcus, E.C. (1991). *Perceptions of Sex-Role Stereotypic Characteristics of Entrepreneurs: Women's Evaluations*, Entrepreneurship Theory and Practice, Summer, 33-47.
- Fairlie, R. W., y Robb, A. M. (2009). *Gender differences in business performance: Evidence from the characteristics of business owners survey*. Small Business Economics, 33(4), 375-395. doi:10.1007/s11187-009-9207-5
- Ferreiro, F. J. (2013). *Mujer y emprendimiento. Una especial referencia a los viveros de empresas en Galicia*. RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, vol. 12, núm3, pp.81-101. Universidad de Santiago de Compostela, España.
- Filion, J. L. (2002). *Emprendedores y propietarios-dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME)*. Capítulo 9 de la obra. Les PEM: Bilan et perspectives. Ed. GREPME Presses Inter-Universitaires, Quebec, Canadá. Traducción de Leonor E. López Canto. Universidad de Yucatán.
- Finley L. (1990). *Entrepreneurial strategies*, Ed. PWS-Kent Publishing Co., USA, pp. 5-6.
- Fisher, E.M., Reuber, A.R. y Dyke, L.S. (1993). *A theoretical overview and extension of research on sex, gender and entrepreneurship*, Journal of Business Venturing, 8, 151-168.
- FOCUS, Estudios y Consultorías (2001). *Desempeño económico y viabilidad de la microempresa en Chile*. documents.mx/documents/focus-dedempeno-economico-y-viabilidad-de-la-microempresa-en-chile.html [Último acceso: enero 2016].
- Fonrouge, C. (2002). *Entrepreneur / Manager: deux acteurs d'une même pièce. Communication AIMS XI Conférence annuelle*. En Actes des colloques de l'Association Internationale de Management stratégique AIMS. Disponible en www.estrategie-aims.com/.
- Fuentelsaz, L. y González, C. (2015). *El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento*. Universia Business Review, núm. 47, julio-septiembre, Portal Universia S.A. pp. 64-81. Madrid. España.
- Fuentes, G. F. y Sánchez, C. S. M. (2010). *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género*. Estudios de Economía Aplicada. Vol. 28-3. 1-28.
- Galindo, M. M. Á. (2006). *Entrepreneurship, crecimiento económico y ética*. Estudios de Economía Aplicada Vol. 24-2. 389-406
- Gamber, W. (1998). *A gendered enterprise: placing nineteenth-century businesswomen in history*. Business History Review, Boston, Summer V. 72,2, 188-218.
- García de León, C. S. (2001). *Reflexiones y consideraciones en torno al estudio de la microempresa en México*. Revista Administración y organizaciones.

ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES, NOVIEMBRE 2001. pp. 29-50.
UAM Xochimilco. México.

García, F. M. (2011) *Mujeres madres y emprendedoras*. Reporte especial Entrepreneur. Agosto. <http://www.entrepreneur.com/article/264463>

García, G. y Víctor, P. (2001), *Programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas en México, 1995-2000*, CEPAL-ECLAC, Santiago de Chile.

García, J.J., Álvarez M. P. y Reyna Z. R. (2007) *Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas*. Estudios de Economía aplicada. Vol. 25-3, Art. 25314.

Garrido, V. C. y Meza, T. M. (2011). *La otra cara del emprendimiento*. Volumen 5, 2011, No.1 Academia Journals.com ISSN 1940-2171

Gartner, W. (1985). *A conceptual framework for describing the phenomena of venture creation*. Academy of Management Review, 10 (4), 969-706

Gartner, W. (1988). *Who is an entrepreneur is the wrong question*. American Small Business, 13, 11-31

Gathenya, J. W., Bwisa, H. M. y Kihoro, J. M., (2011). *Interaction between Women Entrepreneurs' Age and Education on Business Dynamics in Small and Medium Enterprises in Kenya*. International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 15; August 2011.

Gholipour, A., Bod, M., Zehtabi, M., Pirannejad, A. y Fakheri, K. S. (2010). *The Feasibility of Job Sharing as a Mechanism to Balance Work and Life of Female Entrepreneurs*. Public Administration Department, University of Tehran. www.ccsenet.org/ibr International Business Research Vol. 3, No. 3; July.

Global Entrepreneurship Monitor (1999). [En línea] <http://www.gemconsortium.org>. [Último acceso enero 2013]

Goffee, R. y Scase, R. (1985). *Women in charge: The experiences of female entrepreneurs* (- ed.). Londres: George Allen & Unwin.

González, C. H., Galvez, Albarracín, C. y Julián, E. (2008). *Modelo de Emprendimiento en Red- MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales*. Revista Latinoamericana de Administración Num. 40 pp. 13-31. Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración Latinoamericanistas.

González, M. J. y Rodríguez, D. M. (2008). *Diagnóstico y valoración del nivel de desarrollo del espíritu empresarial (Entrepreneurship) de los estudiantes de la Facultad seccional Sogamoso de la UPTC*, Pensamiento & gestión, 24. Universidad del Norte, 225-255.

- Google Maps.
<https://www.google.com.mx/search?q=mapas+del+estado+de+mexico&biw=1366&bih=643&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=-WeVVZLfJMSfsAXYyaPQDQ&sqi=2&ved=0CCEQsAQ>.
- Grande, E. I. (1994). *Aplicaciones de Investigación Comercial*. RSIS Editorial Madrid.
- Grant, J. (1989). *Women as managers: What can they offer to organizations*. *Organizational Dynamics*, 56-63.
- Guerrero R. L., Armenteros A. M., López C. S., Canibe C. F., Reyna G. G., (2012). *Construcción de un perfil de las mujeres emprendedoras en Torreón, Coahuila, México*. Global Conference on Business and Finance Proceedings. Vol. 7 .No. 2. ISSN 1941-9589 ONLINE & ISSN 1931-0285 CD
- Guzman, V. A. y Trujillo, D. M. A. (2008). *Emprendimiento Social- Revisión de Literatura, estudios gerenciales*. *estud.6erenc.*, Vol. 2-1 No.109 (Octubre-Diciembre, 2008), 105-125
- H. Ayuntamiento de Toluca- Municipio Toluca 2016. Sitio Web Oficial.
www.toluca.gob.mx
- Hagargi, A. K. S. y Laxman, R. (2011). *Women entrepreneurs in India: Opportunities and challenges*. *International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*, 1(7), 50-53.
<http://search.proquest.com/docview/925700056?accountid=15300>
- Hair, J F., Anderson, E., Tatham, L. y Black, C. (1999). *Análisis Multivariante*. Quinta Edición. Pretince –Hall. España.
- Halloran, J. (1992). *The entrepreneur's guide to starting a successful business*, 2nd Edition, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 3-34.
- Harper, S. (1991). *Guide to starting your own business*, Ed. McGraw-Hill, USA, pp.14-17.
- Haweeley, F. (1893). *The risk theory of profit*. *Quartely Journal of Economics*, 7 (4), 459-475
- Hayes, J., Allinson, C. W. y Armstrong, S. J. (2004). *Intuition, women managers and gendered stereotypes*. *Personnel Review*, 33(4), 403-417
<http://search.proquest.com/docview/214807707?accountid=14633>
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. División de Asuntos de Género. CEPAL. Naciones Unidas. Santiago de Chile.

- Henríquez, D. M. C., Mosquera, S. C. E. y Arias, S. A. (2010). *Impacto de las variables de percepción en la creación de empresas de mujeres en Colombia*. Revista de Economía & Administración, Vol. 7. No. 1. Enero-Junio.
- Hernández, S. R., Fernandez, C. C. y Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. Mc Graw Hill. México.
- Hernández. Á. E. (2010). *Nuevas Tendencias en el Mundo Empresarial: La participación de las mujeres*. Revista de Estudios de Género. La Ventana. Vol. 4 , núm. 32 pp. 52-80 Universidad de Guadalajara. México.
- Hinkin, T.R. (1995). *A review of scale development practices in the study of organizations*. Journal of Management. Vol. 21, pp. 967-988.
- Hinkin, T.R. y Schriesheim, CA. (1989). *Development and application of new scales to measure the French and Raven (1959) bases of social power*. Journal of Applied Psychology, Vol. 74, No. 4 pp. 561-567.
- Holeinka, M. Z. y Jancovicová, Z. K. (2016), *Drivers of Women Entrepreneurship in Visegrad Countries: GEM Evidence*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 220, pp. 124-133. Available on line at www.sciencedirect.com
- Holmquist, C. (1997). *Guest Editorial-The other side of the coin or another coin?-Womens entrepreneurship as complement or alternative*. Entrepreneurship & Regional Development, 9, 179-182.
<http://search.proquest.com/docview/859286502?accountid=15300>
- Hughes, K. (2003). *Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership*. Gender Work and Organization , Vol. 10, Oxon, Blackwell Publ Ltd., 433-454.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. [INEGI]. <http://www.inegi.gob.mx/entidades/espanol/fedomex.html>.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. [INEGI]. (2010). Censos Económicos 2010. Anexo A.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. [INEGI]. Primer trimestre del 2014 (enero-marzo).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Clasificación del servicio de preparación y venta de alimentos y bebidas en México. [Último acceso septiembre 2012]
- Instituto Nacional de las Mujeres. [INMUJERES] (2006). *Las Mujeres Empresarias en México*. Gobierno de la República. México.

- Jackson, W. T., Gaster, W. y Gaulden, C. (2001, march). The continued saga of searching for the entrepreneur: a historical perspective. Association for small business and entrepreneurship conference. New Orleans.
- Jaramillo V. J. L., Escobedo G. J. S., Morales J. J. y Ramos C. J. G. (2012). *Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México*. Entramado, vol. 8, núm 1, enero-junio, 2012, pp. 44-57. Universidad Libre. Cali, Colombia.
- Jennings, D. (1994). *Multiple Perspectives of Entrepreneurship*. Ed. South Western Pub., USA. Pp. 11-12, 159-172.
- Jong, H. L., So, Y. S. y Yong, H. J. (2011). *How Effective Is Government Support for Korean Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises?* Journal of Small Business Management 49(4), pp. 599–616
- Journal: Applied Economics, 1(3), 1-32.
<http://search.proquest.com/docview/56941168?accountid=15300>
- Kantis H., Angelelli P. y Gatto F. (2000) *Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿de qué depende su creación y supervivencia?*, Instituto de Industria, Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Kirkwood, J. (2009). *Spousal roles on motivations for entrepreneurship: A qualitative study in new zealand*. Journal of Family and Economic Issues, 30(4), 372-385. doi:10.1007/s10834-009-9169-4
- Kirwood J. (2007) *Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gender?* International Journal of entrepreneurial Behaviour and Research, 13(1), 39-59
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: Chicago University Press.
- Klapper, L. F. y Parker, S. C. (2011). *Gender and the business environment for new firm creation*. World Bank Research Observer, 26(2), 237-257.
<http://search.proquest.com/docview/901300504?accountid=15300>
- Kobeissi, N. (2010). *Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications*. Journal of International Entrepreneurship, 8(1), 1-35. doi:10.1007/s10843-010-0045-y
- Kolland y Parikh (2005). *A reflection of the Indian women in the entrepreneurial world*. Worwing paper: Indian Institute of Management-Research and poblications, No. 2005-08-07
- Kourilsky, M. y Walsstad, W (1998). *Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences and educational practices*. Journal of Business Venturing. 13 (1), 77-88

- Kourilsky, M.L. y Walstad, W.B. (1998). *Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices*. Journal of Business Venturing, 13 (1): 77-88.
- Lambin, P. y Kuehl, C. (1997). *Entrepreneurship*, Ed. Prentice Hall, USA, pp. 9-18.
- Lamolla, L. (2007). *Emprendedoras y emprendedores: ¿Cuestión de género?* , Boletín del Centro de Investigación de Economía y Sociedad (CIES), No. 46.
- Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). *The entrepreneurial Propensity of Women*. Entrepreneurship Theory and Practice. 31(3), 341-3564
- Laroche, H. y Nioche, J. (1994) *L'approchecognitive de la stratégiéd'entreprise*. Revue Francaise de Gestion, 99, 64-78.
- Lissitz, R. W. y Green, S.B. (1975). *Effect of the number of scale points on reliability: A More Carlo approach*. Journal of Applied Psychology, Vo. 60, pp. 10-13.
- López, W., Montilla, M. y Briceño M. (2007). *Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública*. Actualidad Contable Faces, vol. 10, núm. 14, enero-junio. Pp. 80-90. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela.
- Lowe, K., Sandura, T. y Von Glinow, M. (1999). *La cultura técnica y el imperativo del conocimiento*. Manual de gestión en tecnología. Mc Graw Hill. Interamericana. S.A. Bogotá.
- Manzanera-Roman, S. y Brändle. (2016). *Abilities and skills as factors explaining the differences in women entrepreneurship*. FundaciónUniversitaria Konrad Lorenz. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). <http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.001>
- Marlow, S. (1997) *Self-employed women -new opportunities, old challenges?* Entrepreneurship & Regional Development, 9, 199-210.
- Marquez, F. y Van, H. L. (1996). *Fenomenología y génesis de un concepto: La microempresa en América Latina*. SUR, Centro de Estudios Sociales y Educación.
- Marulanda V.F., Montoya R. I. y Vélez R.J. M. (2014). *Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor*. Cuadernos de Administración, vol. 30, núm. 51, enero-junio, pp. 89-99 Universidad del Valle. Cali, Colombia.
- Mayoral, L. y Salvador F. C. (2014). *Emprendedorismo Tecnológico y género en la Argentina, factores determinantes en la percepción de auto-eficacia emprendedora*. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, vol. XXI,

- núm. 2, diciembre.pp.97-108. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, Colombia.
- Maysami, R.C. y Goby P.G. (1999). *Female business owners in Singapore and elsewhere: A review of studies*, Journal Small Business Management, Abril, 96-105.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*, New York, Irvington Publishers Inc.
- Mendenhall, L. Scheaffer (2008). *Elementos de muestreo* (6ª.ed.). Thomson. México.
- Mendenhall, W. (1987). *Elementos de Muestreo*. Ed. Iberoamericana . México.
- Ministerio de Industria Turismo y Comercio de España (2003) Espíritu Emprendedor. Motor Futuro. Guía del Profesor. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Secretaría General de Educación y Formación Profesional. Madrid.
- Minniti, M. (2010). Female entrepreneurship and economic activity. *European Journal of Development Research*, 22(3), 294-312.<http://search.proquest.com/docview/753916256?accountid=15300>
- Minniti, M., Allen, E. y Langowitz, N. (2006). 2005 *Report on Women and Entrepreneurship*.GEM.
- Minniti, M., Arenius, P. y Langowitz, N. (2005). 2004 *Report on Women and Entrepreneurship*. The Global Entrepreneurship Monitor, GEM.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. y Lampel, S. (1999). *Safari a la estrategia*. Argentina: Ediciones Granica.
- Miquel, S., Bigné, E., Lévy, J. P. y Cuenca, A.C. (1997). *Investigación de Mercados*. Mc Graw Hill. Madrid.
- Mitchelmore, S. y Rowley, J.(2013). *Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth*.Journal of Small Business and Enterprise Development. Volumen: 20. Número: 1. Emerald Group Publishing Limited. DOI:[10.1108/14626001311298448](https://doi.org/10.1108/14626001311298448)
- Montiel, M. O. J., Cervantes, A. D. I. y Ordoñez, M. L. (2012). *Incubadora de EmpresasUniversitaria*.Global Conference on Business and Finance Proceedings Volume 7Number 2 2012 ISSN 1941-9589 ONLINE & ISSN 1931-0285 CD
- Moore, D. y Buttner, E. (1997). *Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling*. Londres: Sage.

- Mora, P. R. (2011). *Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa*. Revista escuela de administración de negocios, núm. 71, pp. 70-83. Universidad EAN Bogotá Colombia.
- Moreno, Z. H. M. & Espíritu, O. R. (2010). *Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica*. Portes, Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca del Pacífico. Tercera Época. Volumen 4. Número 8 Julio-Diciembre. pp.101-122. México.
- Mueller, R.O. (1996). *Basic Principles of Structural Equation Modeling. An Introduction to LISREL and EQS*. New York: Springer Text in Statistics.
- Muralikrishna, P.ySangeetha, N. (2011). *Entrepreneurial climate in establishing and managing the business by women entrepreneurs of different financial status*.Prabandhan: Indian Journal of Management, 4(10), 4-10. <http://search.proquest.com/docview/907918240?accountid=15300>
- Muravyev, A., Talavera, O. y Schafer, D. (2009). *Entrepreneurs gender and financial constraints: Evidence from international data*. Journal of Comparative Economics, 37(2), 270-286. doi:10.1016/j.jce.2008.12.001
- Muriungi, M. F. (2012). *The Challenges Facing Small-Scale Women Entrepreneurs: A Case of Kenya*. Limkokwing University of Creative Technology- Botswana Business & Globalization Faculty www.sciedu.ca/ijba International Journal of Business Administration Vol. 3, No. 2; March 2012 112 ISSN 1923-4007 E-ISSN 1923-4015doi:10.5430/ijba.v3n2p112 URL: <http://dx.doi.org/10.5430/ijba.v3n2p112>
- Nacional Financiera (s. f.). *Programa de Desarrollo Empresarial. Colección de temas de Administración para microindustrias*. NEGOCENTRO.
- Nacional Financiera. (2005). *Mujeres Emprendedoras y Empresarias*. México.
- Neira-Orjuela, F. (2011). *Política pública y componentes sociodemográficos de la microempresa en el nuevo siglo: el caso de Colombia y México*. Economía, Sociedad y Territorio, vol., núm. 36, 383-401
- Nurul, A., Halima, A. y Norizan A. (2014). *Communication Strategies of Women Leaders in Entrepreneurship*. SoLLs.INTEC.13: International Conference on Knowledge-Innovation-Excellence: Synergy in Language. Research and Practice.Procedia - Social and Behavioral Sciences 118, 21 – 28. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.02.003
- Nwankwo O. y Akam U. (2011). *Psychopreneurship*.Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences (JETEMS) Vol. 2 (4), p. 257-263.
- OIT (2001).*Cuestiones de género en el desarrollo de las microempresas. Organización Internacional del trabajo [OIT]*. [http://www.mujeres de empresa](http://www.mujeresdeempresa.org)

.com/sociedad/011201-cuestiones-de-genero-en-las-microempresas.shtml[Último acceso: febrero 2012].

- Okafor, C., & Amalu, R. (2010). *Entrepreneurial motivations as determinants of women entrepreneurship challenges*. Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin: Economic Sciences Series, 62(2), 67-77.
- Olivera, R. E. y Olmedo, P. L. (2009). *Características emprendedoras de egresados de contador auditor e ingeniería en administración de empresas de la Universidad Católica del Maule*. Universidad Católica del Maule, Chile. UC Maule – Revista Académica N°37 47-72.
- ONU MUJERES (2016). *CSW 60 (2016). Comisión sobre la Condición Jurídica y Social de la Mujer* 14-24 de Marzo. Empoderamiento de la Mujer/ Desarrollo Sostenible, www.unwomen.org/es/csw60-2016
- ONU Mujeres, (2016). *El progreso de las mujeres en el mundo 2015-2016. Transformar las economías para realizar los derechos*. Resumen. Revista de Estudios Feministas, vol. 24, núm. 2, mayo agosto. Pp. 589-614. Universidad Federal de Santa Catarina. Santa Catarina, Brasil.
- ONU (2000). *Cumbre Milenio 2000*. Declaración del Milenio de las Naciones Unidas del 6 al 8 de septiembre de 2000. www.un.org/es/events/pastevents/millennium_summit/
- Orhan, M. y Scott, D. (2001): *Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model*, Women in Management Review, 16, 5, 232-247.
- Ortiz, R. C., Duque, O. Y. V. y Camargo, M. D (2008). *Una revisión a la investigación de emprendimiento femenino*. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y reflexión. Vol. XVI. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá Colombia. 85-104
- Othman. C. y Maisyarah, M. N. (2016). *Does The Micro Financing Term Dictate The Performance of Micro Enterprises?* Procedia-Social and Behavioral Sciences, 35, pp. 281-286, Available on line at www.sciencedirect.com
- Padilla, M. A. y Hernández R. L. (2011). *Una mirada al contexto empresarial en Colima y la participación femenina*. CAPITULO 4. (Coord.) Sara G. Martínez Covarrubias. Mujeres y empresa. Acercamiento multidisciplinario. p. 87 p. 115. ISBN: 970-692-XXX-0. Universidad de Colima. México.
- Páez S., Diana P., García R. y Johana C. (2011). *Acercamiento a las características del Universitario Emprendedor en la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia*. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 71, pp. 52-69. Universidad EAN. Bogotá, Colombia.

- Paré, S. y Therasme, K. (2010). *Entrepreneurs in the new economy: Immigration and sex effects in the Montreal metropolitan area*. J IntEntrep (2010) 8:218–232 DOI 10.1007/s10843-010-0059-5. # Springer Science+Business Media, LLC 2010
- Peña, D. (2002). *Análisis de datos multivariante* (2a ed.). México: Mc Graw Hill.
- Powers, J. y Barbara, M. (2010). *Dueña de tu propia empresa: Identificación, análisis y superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y el Caribe*. Fondo Multilateral de Inversiones [FOMIN]. Banco Interamericano de Desarrollo. New York.
- Predoza, D. (2007), *Sistema de análisis estadístico con SPSS*, Instituto Nicaragüense de Tecnología, ICCA.
- Ramadani, V. (2015). *The Woman Entrepreneur in Albania: An Exploratory Study on Motivation, Problems and Success Factors*. Journal of Balkan and Near Eastern Studies. Routledge. Volumen: 17. Número: 2 .DOI:[10.1080/19448953.2014.997488](https://doi.org/10.1080/19448953.2014.997488)
- Ramírez, O. A., Casado, B. M. P., y López, P. J. (2014). *Caracterización del perfil y motivaciones para emprender de la mujer en Andalucía*.http://www.researchgate.net/publication/268182002_CHARACTERIZACION_DEL_PERFIL_Y_MOTIVACIONES_PARA_EMPRENDER_DE_LA_MUJER_EN_ANDALUCIA
- Rathore, N. (2011). *Women entrepreneur--A new beginning*. International Journal of Research in Commerce and Management, 2(5), 130-131. <http://search.proquest.com/docview/901298885?accountid=15300>
- Revathi, R. (2010). *A study on socio economic aspects and constraints of women entrepreneurs, thanjavur district*. Economic Affairs, 55(3-4), 259-280. <http://search.proquest.com/docview/886907132?accountid=15300>
- Revuelto, T. L. y Hernández, G. R. (2009). *Análisis y resultados de un modelo de evaluación, apoyo y mejora de proyectos empresariales impulsados por jóvenes emprendedores*. Estudios Gerenciales. Vol. 25, No. 113. Universidad ICESI, 75-97.
- Rivera-Huerta, R, López, N. y Mendoza, A. (2016). *Políticas de apoyo a la productividad de la microempresa informal ¿dónde está México?* Revista Problemas del Desarrollo, 184 (47), enero-marzo. <http://probdes.iiec.unam.mx>
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento organizacional*. Editorial Pretince Hall.
- Rodrigo-Alarcon. J., Parra, R. G. y García V. P. M. (2014). *Efectividad de la orientación emprendedora: el papel del capital social y las capacidades*. Investigaciones Europeas de dirección y Economía de la empresa, vol. 20 un. 3. septiembre-diciembre, pp. 1-9 Vigo, España.

- Rodríguez, C. P. (1998). *Género y Microempresa*. Organización Internacional del Trabajo [OIT], Asociación Civil Guatemalteca para el Desarrollo Integral [ASDESARROLLO] Curso “Formación de Formadores de Consultores, Promotores y Técnicos en Microempresa”. Residencia Universitaria “La Salle”, 16-28 de Marzo, Ciudad de Guatemala.
- Rodríguez, C. y Jiménez, M. (2005). *Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura*. Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Julio-Diciembre. Vol.15, Número 126. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia, 73-89.
- Rodríguez, O. (Responsable) Hidalgo, N., Suárez, B., Zapata, E. y Morales, J. (2005). *Informe final. Proyecto de sistematización. Mujeres y sus proyectos microempresariales y/o generadores de ingresos. Dos experiencias en el México Rural del nuevo siglo*. Organización coordinadora Grupo interdisciplinario sobre Mujer, Trabajo y Pobreza, A.C. GIMTRAM. México.
- Rodríguez, R. A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Pensamiento y gestión. No. 26, 94-119.
- Rodríguez, V. J. (2004). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Ed. Thomson. México.
- Romo, R. L., Suárez, S. D.L. y Llamas. B, C.M.I. (2007). *Características y competencias de las mujeres empresarias*. Ide@s Concyteg 2 (23), 30 de julio de 2007.
- Rosa, P. y Dawson, A. (2006). *Gender and the commercialization of university science: Academic frontiers of spinout companies*. Entrepreneurship & Regional Development, 18(4), 341-366.
- Saavedra, M.L. y Hernández, G. (2007). *Perfil de las Mipymes en Latinoamérica: Un estudio comparativo*. XII Foro de Investigación: Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. Memoria del Congreso. México. UNAM.
- Sáinz, L. A. (2007). *Mujeres en la empresa familiar: El caso de las empresarias asiáticas*. Revista CIDOB d’Afers Internacionals, núm 78, p. 57-76.
- Saleme, A. M. (2001) *El estado del arte del desarrollo de la investigación sobre actividad emprendedora en la empresa*. Julio. Revista Administración y Organizaciones.
- Sánchez, C. S. M. y Fuentes, G. F. J. (2013). *Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XIX, núm. 1, enero-marzo, pp. 140-153. Universidad de Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Sánchez, F. (1998). *Psicología Social*. Mc Graw Hill España Madrid.

- Sarri, K. y Trihopoulou, A. (2005). *Female entrepreneur's personal characteristics and motivation: a review of a Greek situation*. Women of Management Review, 20 (1), 24-36 posthumously] Elisabeth Boody Schumpeter (Ed.). United Kingdom: Routledge.
- Scott, C.E. (1986). Why more women are becoming entrepreneurs. Journal of Small Business Management, 24 (4), 37-44.
- Serna, M. G. (2003). *Aquí no hay seguro contra la crisis. Empresarias, empresas y hogares de dos zonas metropolitanas de México*. CIESAS/ Instituto Morra. México.
- Shabbir, A. y Di Gregorio, S. (1996). *An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: the case of Pakistan*. Journal of Business Venturing. 11, 507-529.
- Shapiro A. (1985, october). *Why entrepreneurship? A worldwide perspective*. Journal of Small Business Management, pp.1-5.
- Sharon L. Lohr. (2000) *Muestreo: Diseño y análisis*. Thomson Learning. México.
- Shaver, K. y Scott, L. (1991). *Person, process, choice: the psychology of new venture creation*. Entrepreneurship: Theory and Practice. 16(2), 23-45
- Scheiner, C., Chlosta, S., Laspiata, S., Voigt, K.I. y Klandt, H. (2009). *Gender related differences in motivation, goals and performance evaluation?* Frontiers of Entrepreneurship, Babson College.
- Schumpeter, J. A. (1942, 1950). *Capitalism, socialism and democracy*. 3ª ed., New York, Harper & Brothers.
- Shumpeter, J. A. (1912). *Théorie de l'Evolution Economique*. Paris: Dalloz (Original en alemán, 1935)
- Smith-Hunter, A. y Boyd, R. (2004). *Applying theories of entrepreneurship to a comparative analysis of white and minority women business owners*. Women in Management Review. 19 (1), 18-28
- Stacey N. (1980). *The sociology of the entrepreneur*. Ed. McMaster University, Canadá.
- Stevenson, H., Sahlman, W. Roberts, M. y Bhidé, A. (1999). *The Entrepreneurial Venture*. 2nd. Ed. Boston, Harvard Business School.
- Stewart Jr., W.H. y Roth P.L. (2007). *A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers*. Journal of Small Business Management, vol. 45, Issue 4, pp. 401-421.

- Still, L.V. y Soutar, G. N. (2001). *Generational and gender differences in the start-up goals and later satisfaction of small business proprietors*. Australia and New Zealand Academy of Management [ANZAM]
- Strier, R.yAbdeen, Z. (2009). *Womens experiences of micro-enterprise: Contexts and meanings*. Sex Roles, 61(7-8), 566-579. doi:10.1007/s11199-009-9642-4
- Taylor, M. (2010). *Indian women entrepreneurs and employment--local economic impact and lessons for green economics*. International Journal of Green Economics, 4(1), 94-112. <http://search.proquest.com/docview/742850720?accountid=15300>
- Terjesen, S. yAmoros, J. E. (2010). *Female entrepreneurship in latinamerica and the caribbean: Characteristics, drivers and relationship to economic development*. European Journal of Development Research, 22(3), 313-330. <http://search.proquest.com/docview/753916491?accountid=15300>
- Texis, F. M., Mungaray L. A., Ramírez, U. M. y Ramírez, Á. N. (2011) *Aprendizaje en microempresas de Baja California. Estudios Fronterizos, nueva época, vol. 12 núm. 23, 95- 116*
- Toca, T. C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: Explorando nuevos ámbitos y posibilidades. Estudios gerenciales Vol.26 No. I I 7. Octubre-Diciembre de 2010 41-60. GERENCIALES. Universidad ICESI. Cali, Colombia.
- Toribio, M. M. R., Rodríguez, G. M. J., y García de Casasola, F. C. (2003). *El potencial empresarial femenino y los factores personales que lo condicionan. El caso de Andalucía Occidental*. Boletín Económico de ICE No. 2754 del 13 al 19 de Enero.
- Trujillo, D. y Guzmán, V. (2008). *Intraemprendimiento: Una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura*. Colombia pp. 37-63
- Turgot, A. R. (1766/1998). *Cuadro filosófico de los progresos sucesivos del espíritu humano segundo del plano de dos discursos acerca de la historia universal y de las reflexiones sobre la formación y distribución de las riquezas*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Uriel, E. (1995). *Análisis de datos, Series de tiempo y Análisis Multivariante*. Ed. A.C. Madrid.
- Valencia, S. M. (2011). *Perspectiva académica de la actividad emprendedora de las mujeres*. CAPITULO 1. (Coord.) Sara G. Martínez Covarrubias. Mujeres y empresa. Acercamiento multidisciplinario. p. 15 p. 44. ISBN:970-692-XXX-0. Universidad de Colima. México.
- Valenzuela, M. E. y Venegas, S. (2001). *Mitos y realidades de la microempresa en Chile: Un análisis de género*. Centro de Estudios de la Mujer [CEM]. 43-44.

- Valenzuela, M. E. (2005). *¿Nuevo Sendero para las mujeres? Micro empresa y género en América Latina en el umbral del siglo XXI*. CEM. Santiago de Chile.
- Valenzuela, M. E. y Di Meglio, R. G. (2006). *De la casa a la formalidad. Experiencias de la ley Microempresas Familiares en Chile*. Organización Internacional del trabajo [OIT]
- Van, G. M. y Jansen, P. (2006). *Autonomy as a start-up motive*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 13, 23-32.
- Vargas, B. y Del Castillo, C. (2008). *Competitividad sostenible de la pequeña Empresa: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad*. Universidad ESAN. Cuad. Difus. 13 (24), jun.
- Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas: Un enfoque gerencial* (2005th ed.) Barcelona: Caja de ahorros y pensiones de Barcelona, La Caixa.
- Ventura, F. R. y Quero, G. M. (2013). *Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género*. Cuadernos de Gestión Vol. 13- N°. 1 pp. 125-149. Universidad de Malaga, España.
- Verheul, I., Carre. M. y Thurik, R. (2006). *Explaining female and male entrepreneurship at the country level*. Entrepreneurship and Regional Development, Vol. 18 Oxfordshire, Routledge Journals, 151-183.
- Verheul, I., Carree, M. y Thurik, R. (2009). *Allocation and productivity of time in new ventures of female and male entrepreneurs*. Small Business Economics, 33(3), 273-291. doi:10.1007/s11187-009-9174-x
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., & van, d. Z. (2012). *Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality*. Journal of Economic Psychology, 33(2), 325-341. doi:10.1016/j.joep.2011.02.009.
- Verni Y. I. (2014). *The Comparison of Entrepreneurial Competency in Woman Micro-, Small-, and Medium-scale Entrepreneurs*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 115, pp. 175-187. Available on line at www.sciencedirect.com
- Villa, N., Küster, I. y Aldás, J. (2000). *Desarrollo y Validación de Escalas de medida en Marketing*. Cuadernos de Treball.
- Wainerman, C. (2003). *Familia, Trabajo y Género: Un mundo de nuevas relaciones*. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y Fondo de Cultura Económica de Argentina.

- Welch, D. H., Memili, E. y Kaciak, E. (2016). *An empirical analysis of the impact of family moral support Turkish women entrepreneurs*. Journal Innovation & Knowledge. 1 pp. 3-12, www.elsevier.es/jik
- Welsh, D. H., Memili, E., Kaciak, E. y Ahmed, S. (2013). *Sudanese Women Entrepreneurs*. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. World Scientific Publishing Company. Volumen: 18, Número: 2, DOI: [10.1142/S1084946713500131](https://doi.org/10.1142/S1084946713500131)
- Wilson, F., Marlino, D. y Kickul, J. (2004). *Our entrepreneurial future: Examining the diverse attitudes and motivations of teens across gender and ethnic identity*. Journal of Developmental Entrepreneurship, 9(3), 177-197.
- Winn, J. (2005). *Women Entrepreneurs: can we remove the barriers?* International Entrepreneurship and Management Journal, 2005-1, 381-397
- Yazan, S. M. (2015). *Glass Ceiling, the Prime Driver of Women Entrepreneurship in Malaysia: A Phenomenological Study of Women Lawyers*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 169, pp. 329-336. Available on line at www.sciencedirect.com
- Zabludovsky, K. G. (1991). *Mujer, Empresa y Familia en Mujeres y sus Empresas*. Grabinsky, S. (compilador) Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Colegio de México, National Association of Women and Gender. México.
- Zabludovsky, K. G. (1993). *Hacia un perfil de la mujer empresaria en México*. El Cotidiano, núm. 53, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1993, pp. 54-60.
- Zabludovsky, K. G. (2001). *Empresarias y ejecutivas en México y Brasil*. Porrúa Grupo Editorial. México.
- Zuraidah, M. I. y Kamaruzaman, J. (2009). *Opportunities to Grab for Malaysian Women Entrepreneurs*. Canadian Social Science ISSN 1712-8056 Vol.5 No.5.

ANEXOS

ANEXO NO. 1



DOCTORADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

La presente encuesta pretende conocer su apreciación respecto al **emprendimiento de las mujeres en las microempresas de alimentos y bebidas** identificando los problemas que se presentan para permanecer en el mercado en el Municipio de Toluca.

La encuesta tiene fines **exclusivamente académicos y es confidencial**, mucho agradeceremos que sus respuestas sean lo más objetivas y sinceras.

INSTRUCCIONES PARA EL APLICADOR

Después de haber identificado a tu encuestado y haber leído la salutación correspondiente, inicia con el llenado del presente cuestionario utilizando bolígrafo color azul. Marca con una “X” la respuesta que refleje mejor la apreciación de tu encuestada para cada una de las preguntas. No olvides respetar los pases indicados entre preguntas. En los espacios sombreados no realices ninguna anotación.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Folio

Giro:

Número de empleados

Tiempo en el mercado: Menos de dos años Más de dos años

Fecha de aplicación

Nombre del aplicador

1.- ¿Qué edad tiene?

En caso de que la entrevistada no supiera, se proseguirá a preguntar su fecha de nacimiento.

1.1. 14-29 años.....

☐

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1.2. 30-39 años..... | <input type="checkbox"/> |
| 1.3. 40-49 años..... | <input type="checkbox"/> |
| 1.4. 50-59 años..... | <input type="checkbox"/> |
| 1.5. Más de 60 años..... | <input type="checkbox"/> |

2.- ¿Cuál fue su último nivel de estudios?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 2.1. No estudió..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.2. Primaria incompleta..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.3. Primaria completa..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.4. Secundaria incompleta..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.5. Secundaria completa..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.6. Carrera comercial..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.7. Carrera técnica..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.8. Preparatoria incompleta..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.9. Preparatoria completa..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.10. Licenciatura incompleta..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.11. Licenciatura completa..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.12. Maestría..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.13. Doctorado..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.14. No sabe/no contestó..... | <input type="checkbox"/> |

3.- El Estado civil es la situación de las personas físicas determinada por sus relaciones de familia, provenientes del matrimonio o del parentesco, que establece ciertos derechos y deberes. Según la definición anterior ¿Cuál es su estado civil?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 3.1. Soltera..... | <input type="checkbox"/> |
| 3.2. Madre Soltera..... | <input type="checkbox"/> |
| 3.3. Casada..... | <input type="checkbox"/> |
| 3.4. Separada..... | <input type="checkbox"/> |
| 3.5. Divorciada..... | <input type="checkbox"/> |
| 3.6. Unión libre..... | <input type="checkbox"/> |
| 3.7. Viuda..... | <input type="checkbox"/> |

4.- ¿Tiene familiares hijos, padres, suegros, etc. Quién dependen económicamente de Usted? **(Puede escoger varias respuestas)**

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 4.1. Hijos menores de 18 años..... | <input type="checkbox"/> |
| 4.2. Hijos mayores de 18 años..... | <input type="checkbox"/> |

4.3. Familiares.....	<input type="checkbox"/>
4.4. Esposo.....	<input type="checkbox"/>
4.5. Ninguno.....	<input type="checkbox"/>
4.6. Otro.....	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Sus hijos, padres, suegros, etc. Trabajan con Usted? **(Puede escoger varias respuestas)**

5.1. Esposo.....	<input type="checkbox"/>
5.2. Hijos.....	<input type="checkbox"/>
5.3. Padres.....	<input type="checkbox"/>
5.4. Suegros.....	<input type="checkbox"/>
5.5. Familiares.....	<input type="checkbox"/>
5.6. Otro.....	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Con anterioridad tuvo alguna microempresa?

6.1. Si	<input type="checkbox"/>
6.2. No	<input type="checkbox"/>
6.3 No tuvo negocio	<input type="checkbox"/>

Si contesta No continúe con la pregunta no. 11

7.- ¿Su microempresa se relacionaba con actividades femeninas (costura, belleza, salud, etc.)?

7.1. Si.....	<input type="checkbox"/>
7.2. No.....	<input type="checkbox"/>
7.3 No tuvo negocio	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Cuál fue?_____

9.- ¿Quebró esa microempresa?

9.1. Si.....	<input type="checkbox"/>
9.2. No.....	<input type="checkbox"/>
9.3 No tuvo negocio	<input type="checkbox"/>

10. De acuerdo a la importancia de sus motivos y experiencia y en escala **de 1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente si, mencione **si alguna de estas razones influyeron para que quebrara su microempresa**

	1	2	3	4	5
10.1. Por el tipo de negocio					
10.2. Inadecuada ubicación					
10.3. Ventas bajas					
10.4. Problemas con el personal					
10.5. Falta de capital					
10.6. Falta de experiencia en el negocio					
10. 7. Renta costosa					
10.8. Precios competitivos					
10.9. Horario permanente en la apertura (abierto diariamente)					
10.10. Descapitalizó el negocio					
10.11. Por problemas legales					
10.12 Por problemas fiscales					
10.13. Contaba con licencia para trabajar					
10.14. Por problemas personales					
10.15. Otro					

11. Alguna de estas razones influyeron para que decidiera emprender su actual microempresa

11.1. Por enfermedad de su esposo.....

11.2. Por irresponsabilidad de su esposo.....

11.3. Porque se quedó sin empleo su esposo.....

11.4. Porque es la responsable de la familia.....

11.5 Otro.....

12.- De acuerdo a la importancia de sus motivos y experiencia en escala de **1 a 5**. Donde **1** definitivamente no, **2** Probablemente no, **3** Indecisa, **4** Probablemente si, **5** es Definitivamente si, mencione: **¿Por alguno de estos motivos inicio su microempresa?**

FACORES DE NECESIDAD:

	1	2	3	4	5
12.1 .Pérdida de Empleo					
12.2. Frustración de su empleo anterior					
12.3. Dificultad para encontrar trabajo					
12.4. Insatisfacción en la ocupación como empleada					
12.5. Bajos ingresos que perciben					

12.6. Obtener ingresos					
12.7. Aumento de ingresos					
12.8. Posibles logros profesionales					
12.9. Conseguir retribución justa al trabajo					
12.10. Posibilidades de un horario flexible					
12.11. Flexibilidad para manejar sus obligaciones familiares					
12.12. Estar al frente de una organización-dirigir					

FACTORES DE OPORTUNIDAD:

	1	2	3	4	5
12.13. Búsqueda de independencia					
12.14. Oportunidad de explotar un negocio					
12.15. Experiencia previa a esta actividad					
12.16. Tradición familiar					
12.17. Deseo de un negocio propio					
12.18. Gusto/Satisfacción por la actividad a la que se dedica la microempresa					
12.19. Tomar sus propias decisiones					
12.20. Un ambiente agradable					
12.21. Invertir su patrimonio personal					
12.22. Incrementar su patrimonio personal					
12.23. Mejor estatus social y estilo de vida					
12.24. Autorrealización					
12.25. Otro					

13.- De acuerdo a la importancia de sus motivos y experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde **1** definitivamente no, **2** Probablemente no, **3** Indecisa, **4** Probablemente sí, **5** es Definitivamente sí, mencione: **¿Qué características le permitieron emprender su microempresa?**

	1	2	3	4	5
13.1. Seguridad para tomar decisiones					

13.2.Liderazgo					
13.3.Motivación					
13.4.Determinación					
13.5.Capacidad para resolver problemas					
13.6. Miedo al fracaso					
13.7. Optimismo					
13.8. Enfrentar riesgos					
13.9. Capaz de caer y levantarse					
13.10. Sabe manejar emociones y factores					
13.11. Es innovador					
13.12. Con capacidades de mando					
13.13. Flexible					
13.14. Constancia					
13.15. Responsabilidad					
13.16. Autoconfianza					
13.17. Otro					

14.- De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de 1 a 5 y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente si, **¿Cuáles son los principales problemas que tiene con el personal?**

	1	2	3	4	5
14.1. Selección del personal					
14.2. Reclutamiento					
14.3. Capacitación					
14.4. Rotación del personal					
14.5. Otro					

15.- De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente si, **¿Qué tipo de habilidades tiene para dirigir su microempresa?**

	1	2	3	4	5
15.1 Habilidad para llevar a cabo Planeación					
15.2. Habilidad para llevar a cabo una Estructura de Organización					
15.3. Capacidad de negociación					
15.4. Capacidad de administración					

15.5. Preferencia natural hacia la acción individual					
15.6. Habilidad para el cambio y expansión					
15.7. Precisión en la asignación de responsabilidades					
15.8. Habilidades para el trabajo en equipo					
15.9. Capacidad para el manejo y solución de conflictos internos					
15.10. Habilidad para innovar					
15.11 Conocimiento de estrategias de mercadotecnia					
15.12 Conocimiento de aspectos legales					
15.13. Conocimiento de contabilidad					
15.14 Conocimiento de finanzas					
15.15. Otro					

16.- De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente si, **¿Qué tipo de problema relacionado con ventas o mercadotecnia presenta su microempresa?**

	1	2	3	4	5
16.1. Desconocimiento de estrategias de mercadotecnia					
16.2. Cuentan con una imagen y marca registrada					
16.3. Ausencia de servicio postventa					
16.4. Desconocimiento de la competencia y de mejores formas de competir					
16.5. Otro					

17. De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente si, **¿Qué tipo de problemas legales tiene su microempresa?**

	1	2	3	4	5
17.1. De obligaciones fiscales					
17.2. Para constituir una empresa					
17.3. Falta de Seguridad Social para propietario y empleados					
17.4. Problemas con contratos de arrendamientos.					

17.5. Otro					
------------	--	--	--	--	--

18.- De acuerdo a la importancia de sus motivos y experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente si, mencione: **¿Qué tipo de problema de contabilidad tiene su microempresa?**

	1	2	3	4	5
18.1. Inexistencia de registros contables					
18.2. Desconocimiento para integrar costos, gastos, utilidades y perdidas					
18.3. Otro					

19.- De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente si, **¿Qué tipo de problema de finanzas presenta su microempresa?**

	1	2	3	4	5
19.1. Falta de liquidez					
19.2. Limitados accesos al financiamiento					
19.3. Falta de capital propio					
19.4. Otro					

20.- De acuerdo a la importancia de su experiencia en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente si, 5 es Definitivamente sí. **De acuerdo a su experiencia ¿Qué aspectos considera que son efectivos al emprender una microempresa?**

	1	2	3	4	5
20.1. Tener seguridad					
20.2. Determinación					
20.3. Asumir riesgos					
20.4. Trabajo en equipo					
20.5. Disciplina					
20.6. Mantenerse motivada					
20.7. Equilibrio familiar					
20.8. Rentabilidad					
20.9. Ventas					
20.10 Liderazgo					
20.11. Experiencia laboral					
20.12. Organización					
20.13. Estrategias Administrativas					
20.14. Encontrar los contactos correctos					

20.15 Crecimiento del negocio					
20.16. La autorrealización					
20.17. Elección del tipo de empresa					
20.18. Dirección					
20.19. Estrategias financieras					
20.20.Cumplimiento de obligaciones fiscales					
20.21.Capacidad para el manejo y solución de conflictos internos					
20.22. Conocimiento de la normatividad de sanidad					
20.23. Servicio postventa					
20.24. Seguridad social para los empleados					
20.25. Otro					

21.- De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde **1** definitivamente no, **2** Probablemente no, **3** Indecisa, **4** Probablemente si, **5** es Definitivamente si, **¿Qué tipo de problemas tiene para dirigir su microempresa?**

	1	2	3	4	5
21.1 Ausencia de Planeación					
21.2. Falta de Estructura de Organización					
21.3. Limitada capacidad de negociación					
21.4. Reducida capacidad de administración					
21.5. Imprecisión en la asignación de responsabilidades					
21.6. Falta de habilidades para el trabajo en equipo					
21.7. Otro					

22.- De acuerdo a la escala **de 1 a 6**, donde el **1** es el de mayor importancia y **6** es el de menor importancia mencione **¿De qué familiar ha recibido mayor apoyo moral en su actividad emprendedora?**

- 22.1. Padres.....
- 22.2. Pareja.....
- 22.3. Hermanos.....
- 22.4. Hijos.....
- 22.5. Ninguno.....

22.6. Otro.....

☐

23. De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente sí, 5 es Definitivamente sí. **¿Conoce de alguno de estos programas de apoyo?**

	1	2	3	4	5
23.1. Instituto Nacional del Emprendedor					
23.2. Instituto Mexiquense del Emprendedor					
23.3. Programa Municipal de Emprendedores					
23.4. Nacional Financiera					
23.5. Banca Privada					
23.6. Otro					

24. De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente sí, 5 es Definitivamente sí. **Ha solicitado algún apoyo financiero**

	1	2	3	4	5
24.1. De algún programa gubernamental					
24.2. De Bancos					
24.3. De alguna Unión de Crédito					
24.4. De conocidos					
24.5. De familiares					
24.6. Otro					

25. De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente sí, 5 es Definitivamente sí. **Con qué capital inició su microempresa**

	1	2	3	4	5
25.1. Propio					
25.2. Préstamo de familiares					
25.3. Algún socio (a)					
25.4. Amigos					
25.5. Banca privada					
25.6. Gobierno					
25.6. Otro					

26. De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente sí, 5 es Definitivamente sí. **Considera que el gobierno debe apoyar para el éxito de su microempresa a través de**

	1	2	3	4	5
26.1. Capacitación y cursos					
26.2. Financiamiento					
26.3. Asesoría legal					
26.4. Asesoría fiscal					
26.5. Otro					

27. De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente sí, 5 es Definitivamente sí. **Dentro de la actividad empresarial cuál es su punto de vista en torno a: apoyos, financiamiento, capacitación, por parte del sector público y privado.**

	1	2	3	4	5
27.1. Discriminación por ser mujer					
27.2. Más apoyo por ser mujer					
27.3. Considera que tienen más apoyo los hombres					
27.4. Otro					

28. De acuerdo a la importancia de su experiencia en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente sí, 5 es Definitivamente sí. **¿Considera que fracasan más las empresas de mujeres?**

	1	2	3	4	5
28.1. De mujeres					
28.2. De hombres					

29. De acuerdo a la importancia de su experiencia y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente sí, 5 es Definitivamente sí. **Actualmente la microempresa que dirige es:**

	1	2	3	4	5
29.1. Usted es la única dueña					
29.2. Tiene socios					

30. De acuerdo a la importancia de su experiencia como encargada de dirigir organizar y administrar su microempresa y en escala de **1 a 5**. Donde 1 definitivamente no, 2 Probablemente no, 3 Indecisa, 4 Probablemente sí, 5 es Definitivamente sí.

	1	2	3	4	5
30.1. Recomendaría que las mujeres emprendan negocios					
30.2. Recomendaría que las mujeres se incorporen al mercado laboral					
30.3. Existe una satisfacción personal por ser empleadora					

30.4. Considera que su negocio es exitoso					
30.5. Considera que su participación ayuda al crecimiento económico del municipio de Toluca					
30.6 Ha mejorado su calidad de vida al iniciar su microempresa					
30.7. Cambiaron sus responsabilidades domésticas al iniciar su microempresa					
30.8. Consideraciones familiares por encima de las empresariales					

31. De acuerdo a la importancia de **consideró alguno de estos aspectos al iniciar su microempresa** y en escala de **1 a 5**. Donde **1** definitivamente no, **2** Probablemente no, **3** Indecisa, **4** Probablemente sí, **5** es Definitivamente sí.

	1	2	3	4	5
31.1. Experiencia previa a esta actividad					
31.2. Trabajo en equipo					
31.3. Rentabilidad					
31.4. Ventas					
31.5 Liderazgo					
31.6. Experiencia laboral					
31.7.Estrategias Administrativas					
31.8. Dirección					
31.9.Estrategias financieras					
31.10. Seguridad social para los empleados					
31.11. Constitución de la empresa					
31.12.Elección del tipo de empresa					

Agradecemos profundamente su cooperación y tiempo brindado al responder a las preguntas de la presente Encuesta.

ANEXO NO. 2

ESTRUCTURA GENERAL DEL CUESTIONARIO

FACTORES	VARIABLES	PREGUNTAS
SECCIÓN A En esta sección se integran preguntas <u>Emprendimiento femenino</u> <u>(identifica aspectos</u> <u>sociodemográficos y características</u> <u>personales de las empresarias).</u>		
El individuo (La emprendedor/a)	SOCIODEMOGRÁFICAS Y CARACTERÍSTICAS PERSONALES	1.1. 14-29 años 1.2. 30-39 años 1.3. 40-49 años 1.4. 50-59 años 1.5. Más de 60 años
	Edad	
	Estudios	2.1. No estudió 2.2. Primaria incompleta 2.3. Primaria completa 2.4. Secundaria incompleta 2.5. Secundaria completa 2.6. Carrera comercial 2.7. Carrera técnica 2.8. Preparatoria incompleta 2.9. Preparatoria completa 2.10. Licenciatura incompleta 2.11. Licenciatura completa 2.12. Maestría 2.13. Doctorado 2.14 No sabe/no contestó
	Estado civil	3.1. Soltera 3.2. Madre Soltera 3.3. Casada 3.4. Separada 3.5. Divorciada 3.6. Unión libre 3.7. Viuda
El Entorno (Factores externos)	EL ENTORNO ECONÓMICO, POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL	

	Familiares que dependen económicamente de Usted	4.1. Hijos menores de 18 años 4.2. Hijos mayores de 18 años 4.3. Familiares 4.4. Esposo 4.5. Ninguno 4.6. Otro
	Familiares que trabajan con Usted	5.1. Esposo 5.2. Hijos 5.3. Padres 5.4. Suegros 5.5. Familiares 5.6. Otro
	Número de empleados	1. Uno 2. Dos 3. Tres 4. Cuatro 5. Cinco 6. Seis 7. Siete 8. Ocho 9. Nueve 10. Diez
	Recursos Financieros Con qué capital inició su negocio/ microempresa	25.1. Propio 25.2. Préstamo de familiares 25.3. Algún socio (a) 25.4. Amigos 25.5. Banca privada 25.6. Gobierno 25.6. Otro
	Tiempo en el mercado	1. Menos de dos años 2. Más de dos años
La Organización	CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA,	

		<p>21.6. Falta de habilidades para el trabajo en equipo</p> <p>14.1. Selección del personal</p> <p>14.2. Reclutamiento</p> <p>14.3. Capacitación</p> <p>14.4. Rotación del personal</p> <p>14.5 OTRO</p> <p>21.1. Ausencia de Planeación</p> <p>21.3. Limitada capacidad de negociación</p> <p>21.5. Imprecisión en la asignación de responsabilidades</p> <p>16.1. Desconocimiento de estrategias de mercadotecnia</p> <p>16.2. Cuentan con una imagen y marca registrada</p> <p>16.3. Ausencia de servicio postventa</p> <p>16.4. Desconocimiento de la competencia y de mejores formas de competir</p> <p>17.1. De obligaciones fiscales</p> <p>17.2. Para constituir una empresa</p> <p>17.3. Seguridad Social para propietario y empleados</p> <p>17.4. Problemas con contratos de arrendamientos</p> <p>17.5. Otro</p> <p>18.1. Inexistencia de registros contables</p> <p>18.2. Desconocimiento para integrar costos, gastos, utilidades y pérdidas</p> <p>19.1. Falta de liquidez</p> <p>19.2. Limitados accesos al financiamiento</p> <p>19.3. Falta de capital propio</p> <p>22.1. Padres</p>
	¿De qué familiar ha recibido mayor apoyo moral en su actividad emprendedora?	

		22.2. Pareja 22.3. Hermanos 22.4. Hijos 22.5. Ninguno 22.6. Otro
--	--	--

SECCIÓN B En esta sección se encontrará <u>Características, habilidades y motivaciones desde la perspectiva del emprendimiento femenino.</u>		
CARACTERÍSTICAS (De emprendimiento) H1	¿Qué características le permitieron emprender su microempresa?	13.1.Seguridad para tomar decisiones 13.2.Liderazgo 13.3.Motivación 13.4.Determinación 13.5.Capacidad para resolver problemas 13.6. Miedo al fracaso 13.7. Optimismo 13.8. Enfrentar riesgos 13.9. Capaz de caer y levantarse 13.10. Sabe manejar emociones y factores 13.11. Es innovador 13.12. Con capacidades de mando 13.13. Flexible 13.14. Constancia 13.15. Responsabilidad 13.16. Autoconfianza
MOTIVACIÓN (De emprendimiento) H2	Porqué inició la microempresa	FACTORES DE NECESIDAD: 12.1 .Pérdida de Empleo 12.2. Frustración de su empleo anterior 12.3. Dificultad para encontrar trabajo 12.4. Insatisfacción en la

		<p>ocupación como empleada</p> <p>12.5. Bajos ingresos que perciben</p> <p>12.6. Obtener ingresos</p> <p>12.7. Aumento de ingresos</p> <p>12.8. Posibles logros profesionales</p> <p>12.9. Conseguir retribución justa al trabajo</p> <p>12.10. Posibilidades de un horario flexible</p> <p>12.11. Flexibilidad para manejar sus obligaciones familiares</p> <p>12.12. Estar al frente de una organización-dirigir</p> <p>FACTORES DE OPORTUNIDAD:</p> <p>12.13. Búsqueda de independencia</p> <p>12.14. Oportunidad de explotar un negocio</p> <p>12.15. Experiencia previa a esta actividad</p> <p>12.16. Tradición familiar</p> <p>12.17. Deseo de un negocio propio</p> <p>12.18. Gusto/Satisfacción por la actividad a la que se dedica la microempresa</p> <p>12.19. Tomar sus propias decisiones</p> <p>12.20. Un ambiente agradable</p> <p>12.21. Invertir su patrimonio personal</p> <p>12.22. Incrementar su patrimonio personal</p> <p>12.23. Mejor estatus social y estilo de vida</p> <p>12.24. Autorrealización</p> <p>12.25. Otro</p>
<p>HABILIDADES</p> <p>(De emprendimiento)</p>	<p>¿Qué tipo de habilidades tiene para dirigir su microempresa?</p>	<p>15.1 Habilidad para llevar a cabo Planeación</p> <p>15.2. Habilidad para llevar a cabo una Estructura de</p>

H3		Organización 15.3. Capacidad de negociación 15.4. Capacidad de administración 15.5. Preferencia natural hacia la acción individual 15.6. Habilidad para el cambio y expansión 15.7. Precisión en la asignación de responsabilidades 15.8. Habilidades para el trabajo en equipo 15.9. Capacidad para el manejo y solución de conflictos internos 15.10. Habilidad para innovar 15.11 Conocimiento de estrategias de mercadotecnia 15.12 Conocimiento de aspectos legales 15.13. Conocimiento de contabilidad 15.14 Conocimiento de finanzas 15.15. Otro
-----------	--	--

SECCIÓN C Esta sección establece a través de No. de preguntas <u>Emprendimiento exitoso o no exitoso</u>		
CRITERIOS DE RESOLUCIÓN	VARIABLES	
EMPRENDIMIENTO EXITOSO	Que aspectos que han sido efectivos al emprender de una microempresa	20.1. Tener seguridad 20.2. Determinación 20.3. Asumir riesgos 20.4. Trabajo en equipo 20.5. Disciplina 20.6. Mantenerse motivada 20.7. Equilibrio familiar 20.8. Rentabilidad 20.9. Ventas 20.10 Liderazgo

		20.11. Experiencia laboral 20.12. Organización 20.13. Estrategias Administrativas 20.14. Encontrar los contactos correctos 20.15 Crecimiento del negocio 20.16. La autorrealización 20.17. Elección del tipo de empresa 20.18. Dirección 20.19. Estrategias financieras 20.20.Cumplimiento de obligaciones fiscales 20.21.Capacidad para el manejo y solución de conflictos internos 20.22. Conocimiento de la normatividad de sanidad 20.23. Servicio postventa 20.24. Seguridad social para los empleados 20.25. Otro
EMPRENDIMIENTO NO EXITOSO	Razones que influyeron para que quebrara su microempresa	10.1. Por el tipo de negocio 10.2. Inadecuada ubicación 10.3. Ventas bajas 10.4. Problemas con el personal 10.5. Falta de capital 10.6. Falta de experiencia en el negocio 10. 7. Renta costosa 10.8. Precios competitivos 10.9. Horario permanente en la apertura (abierto diariamente) 10.10. Descapitalizó el negocio 10.11. Por problemas legales 10.12 Por problemas fiscales 10.13. Contaba con licencia para trabajar 10.14. Por problemas personales 10.15. Otro

SECCIÓN D	Ha solicitado algún apoyo financiero	24.1. De algún programa
------------------	--------------------------------------	-------------------------

<p>Esta es sección del cuestionario <i>se realizan preguntas de apoyo al emprendimiento femenino</i></p>	<p>Considera que el gobierno debe apoyar para el éxito de su microempresa a través de:</p> <p>¿Conoce de alguno de estos programas de apoyo?</p>	<p>gubernamental</p> <p>24.2.De Bancos</p> <p>24.3. De alguna Unión de Crédito</p> <p>24.4. De conocidos</p> <p>24.5. De familiares</p> <p>26.1. Capacitación y cursos</p> <p>26.2. Financiamiento</p> <p>26.3. Asesoría legal</p> <p>26.4. Asesoría fiscal</p> <p>23.1. Instituto Nacional del Emprendedor</p> <p>23.2. Instituto Mexiquense del Emprendedor</p> <p>23.3. Programa Municipal de Emprendedores</p> <p>23.4. Nacional Financiera</p> <p>23.5. Banca Privada</p>
---	--	--

<p>SECCIÓN E</p> <p>Esta es la última sección del cuestionario <i>se abordan preguntas desde la perspectiva de género y de la microempresa</i></p>	<p>EMPRESA -GÉNERO</p>	<p>27.1. Discriminación por ser mujer</p> <p>27.2. Más apoyo por ser mujer</p> <p>27.3. Considera que tienen más apoyo los hombres</p> <p>28.1.Fracasan más las empresas de mujeres</p> <p>28.2. Fracasan más las empresas de hombres</p> <p>29.1. Usted es la única dueña</p> <p>29.2.Tiene socios</p> <p>30.1.Recomendaría que las mujeres emprendan negocios</p> <p>30.2. Recomendaría que las mujeres se incorporen al mercado laboral</p> <p>30.3. Existe una satisfacción personal por ser empleadora</p> <p>30.4. Considera que su negocio</p>
--	------------------------	---

		<p>es exitoso</p> <p>30.5. Considera que su participación ayuda al crecimiento económico del municipio de Toluca</p> <p>30.6 Ha mejorado su calidad de vida al iniciar su microempresa</p> <p>30.7. Cambiaron sus responsabilidades domésticas al iniciar su microempresa</p> <p>30.8.Consideraciones familiares por encima de las empresariales</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO NO. 3

DOCUMENTOS PROBATORIOS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TEMA DE LA TESIS DOCTORAL



Universidad de Málaga

El Dr. D. Juan Carlos Martínez Coll, director del grupo **eumed•net** de investigación (SEJ 309) de la Universidad de Málaga

ACREDITA:

que **D^a. Delia Esperanza García Vences**

ha participado en el

**10º Congreso Internacional sobre
Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del Siglo XXI**

que se celebró del 9 al 26 de enero de 2015 con una equivalencia de 30 horas.

Su participación fue como ponente, presentando el texto **“UNA MIRADA A LOS PROBLEMAS Y DESAFÍOS DE LAS PYMES EN MÉXICO”**, que consta de 10 páginas en formato Word.

Las Actas Oficiales han sido publicadas con el ISBN-13: 978-84-16036-80-6..

Lo que se hace constar en Málaga a 28 de enero de 2015.

Fdo. Juan Carlos Martínez Coll
Director del grupo de
investigación **eumed•net**





11° FORO FAAPA UAEM SOBRE EQUIDAD DE GÉNERO 2015 “HABLEMOS DE SEXUALIDAD”



La Universidad Autónoma del Estado de México a través de la Secretaría de Docencia, el Centro Universitario UAEM Valle de México y la Facultad de Contaduría y Administración en coordinación con la Federación de Asociaciones Autónomas de Personal Académico de la Universidad Autónoma del Estado de México



otorgan la presente

CONSTANCIA

a:

M. en E.U.R. Delia Esperanza García Vences

Por su participación como Ponente, con el tema “Estrés laboral. ¿Cómo lo viven las mujeres?”, en el marco del 11° Foro FAAPAUAEEM sobre Equidad de Género. “Hablemos de Sexualidad”, llevado a cabo el 4 de noviembre de 2015.

“Patria, Ciencia y Trabajo”
M. en E. U. R. Alfredo Barrera Baca
Secretario de Docencia
UAEM



“Pluralismo, Solidaridad y Justicia”
M.C. Víctor Manuel Pineda Gutiérrez
Secretario General de Asesoría y Asesoría de Personal
FAAPAUAEEM



“Patria, Ciencia y Trabajo”
M. en C. María Laura González
Directora del CU Valle de México
UAEM



“Patria, Ciencia y Trabajo”
M. en Aud. Alejandro Hernández
Director de la Facultad de Contaduría y Administración
UAEM



DIRECCIÓN



13^{va} EXPOSICIÓN EMPRENDEDORA

**La Universidad Autónoma del Estado de México
a través de la Facultad de Economía**

otorga la presente

CONSTANCIA

A la: M. en E. U. R. DELIA ESPERANZA GARCÍA VENCES

Por su participación en la 13va. Exposición Emprendedora, como
ASESOR de diez proyectos académicos en la categoría:

Planes de Mercadotecnia

Llevada a cabo el 27 de noviembre de 2014 en las instalaciones de este
Organismo Académico.

Patria, Ciencia y Trabajo

"2015, Año del Bicentenario Luctuoso de José María Morelos y Pavón"

M. en E. Joel Martínez Bello
Director



FACULTAD DE ECONOMÍA

M. en E. Octavio C. Bernal Ramos
Subdirector Académico



La Universidad Autónoma del Estado
de México
a través de la
Facultad de Economía



otorga la presente

C O N S T A N C I A

A la: M. en E. U. R. Delia Esperanza García Vences

Como **COLABORADORA** en la 14va. Exposición
Emprendedora, con el proyecto "**CHOCONOSTLE**"
quien obtuvo el:
1er Lugar en la categoría
Planes de Mercadotecnia

Llevada a cabo el 26 de noviembre de 2015 en el Centro
Cultural Universitario "Casa de las Diligencias" de la
Universidad Autónoma del Estado de México

Toluca, México 26 de noviembre de 2015

Patria, Ciencia y Trabajo

"2015, Año del Bicentenario Luctuoso de José María Morelos y Pavón"



Dra. en E. Reyna Vergara González
Directora FACULTAD DE ECONOMÍA
DIRECCIÓN





La Universidad Autónoma del Estado
de México
a través de la
Facultad de Economía



otorga la presente

C O N S T A N C I A

A la: M. en E. U. R. Delia Esperanza García Vences



Por su participación en la 14va. Exposición
Emprendedora, como **ASESOR** de **nueve**
proyectos productivos en la categoría:

Planes de Mercadotecnia

Llevada a cabo el 26 de noviembre de 2015 en el Centro
Cultural Universitario "Casa de las Diligencias" de la
Universidad Autónoma del Estado de México

Toluca, México 26 de noviembre de 2015

Patria, Ciencia y Trabajo

"2015, Año del Bicentenario Luctuoso de José María Morelos y Pavón"



Dra. en E. Reyna Vergara González
Directora FACULTAD DE ECONOMÍA
DIRECCIÓN



CENTRO VETERINARIO TOLUCA

AGUSTIN OLACHEA #803
COL. OCHO CEDROS
TOLUCA, MEXICO
TEL. 217 39 37

Toluca México, 22 de Febrero de 2016

A QUIEN CORRESPONDA: P R E S E N T E.

Hago constar por medio de la presente que la **M.E.U.R.Delia Esparza Garcia Vences**, profesora de la Facultad de la Universidad Autónoma del Estado de México, Brindó cuatro **asesorías de manera gratuita** los días 3,5,10 y 17 de febrero de "**Posicionamiento en el Mercado**", lo que servirá para que los clientes actuales y nuevos, puedan mantener en la mente una imagen del servicio que ofrecemos con respecto a la competencia, lo cual es derivado de su amplia experiencia adquirida en temas de mercadotecnia, reconociendo el apoyo recibido por parte de la Universidad Autónoma del Estado de México que se preocupa por apoyar a los pequeños empresarios para que permanezcan en el mercado.

Se expide la presente constancia para los fines que a la interesada convengan, en la Ciudad de Toluca, México. A los 22 días de Febrero de dos mil dieciséis

A T E N T A M E N T E

MVZ.ESP. VERONICA VICTORIA ORTIZ COJ
DIRECTOR GENERAL DEL CENTRO VETERINARIO TOLUCA





GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO

Incorporado a la Secretaría de Educación de Gobierno del Estado de México
No. De Registro de Incorporación 205-110000-5761-AC-029/98 C.C.T. 15PCT0090X



2016. AÑO DEL CENTENARIO DE LA INSTALACIÓN DEL CONGRESO CONSTITUYENTE"

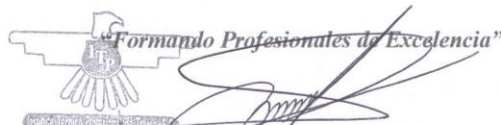
CONSTANCIA NO: ITPT/021/2015-2016
ASUNTO: Constancia de Asesorías

**A QUIEN CORRESPONDA.
P R E S E N T E.**

El Instituto Técnico Profesional de Toluca, con RFC: ITP910613N76, ubicado en Calle Zimbrones 203, Colonia Zimbrones, San Luis Mextepec, Municipio de Zinacantepec México. CCT 15PCT0090X. Hace constar que la M.E.U.R. DELIA ESPERANZA GARCÍA VENCES, profesora de la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma del Estado de México, brindó asesorías gratuitas los días 21, 26, y 28 de enero del año corriente, para diseñar una campaña de Promoción y Publicidad haciéndolo siempre con responsabilidad y respeto. Lo cual permitirá dar a conocer los servicios educativos que ofrece nuestra institución; La experiencia de la profesora García en la actividad empresarial y mercadotecnia, nos permitirá incrementar la matrícula de estudiantes propiciando con ello avances en el Plan de Desarrollo Institucional.

Se extiende la presente CONSTANCIA a petición de la interesada, para los fines que esta considere convenientes, a los treinta y un días del mes de enero de dos mil diez y seis.

ATENTAMENTE



ING. MANUEL MEJIA BRAWER
APODERADO LEGAL
INSTITUTO TÉCNICO PROFESIONAL DE TOLUCA
INCORPORADO A LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO
ACUERDO 205110000-5761-A.C.29/98
C.C.T. 15PCT0090X

c.c.p. Plantel Educativo



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR
SUBDIRECCIÓN DE BACHILLERATO TECNOLÓGICO
SUPERVISIÓN ESCOLAR 07 DE B.T.
INSTITUTO TÉCNICO PROFESIONAL DE TOLUCA S.C.

ZIMBRONES 203 COLONIA ZIMBRONES, ZINACANTEPEC ESTADO DE MÉXICO. C.P. 51350
TEL 01 722 17416 20 correo electrónico: itpdetoluca@hotmail.com

Toluca México 27 de Noviembre del 2015

**A QUIEN CORRESPONDA:
PRESENTE.**

El que suscribe **ALDO ALPIZAR MENESES, AIMA7405015S1** propietario de la microempresa **OPTICA OCUPUS**, agradece a la **M.E.U.R**

Delia Esperanza García Vences, Profesora de la facultad de Economía de la Universidad Autónoma del Estado de México, el tiempo destinado para brindar los días 4, 11, 18 y 25 del presente **Asesorías del tema "Servicios al Cliente"** de forma **gratuita**, lo cual es de gran apoyo para nuestro negocio, ya que la experiencia de la Profesora nos ha dado una visión diferente para ofrecer el servicio de manera eficiente y con ello mantener clientes satisfechos y atender correctamente a los nuevos clientes, ante la gran competencia que existe hoy en día en Toluca.

Queremos reconocer su disposición y apoyo para mejorar la calidad de nuestro servicio y **reconocer a los Profesores de la Universidad Autónoma del Estado de México, que ofrecen este tipo de asesorías aprovechando su amplia experiencia**, que es transmitida a los estudiantes y a pequeños empresarios.

A petición de la interesada y para usos legales, se extiende la presente en la Ciudad de Toluca, México a los veintisiete días del mes de noviembre de dos mil quince.

ATENTAMENTE



ALDO ALPIZAR MENESES

Paseo Colón # 999 - A Col. Moderna de la Cruz C.P. 50180 Toluca, México
Tel./Fax (722) 217 06 51 opticaocupus@yahoo.com.mx

• Armazones

• Lentes de Contacto

• Laboratorio

"2016. Año del Centenario de la Instalación del Congreso Constituyente"

La Escuela Preparatoria Oficial No. 1 anexa a la ENSEM

Otorga el presente

RECONOCIMIENTO

a la

**M.E.U.R. Delia Esperanza
García Vences**

Por impartir la conferencia "Emprender una Opción de Vida", dirigida a los
alumnos de sexto semestre.

Toluca, México a 26 de abril de 2016.



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR
SUBDIRECCIÓN DE BACHILLERATO GENERAL
ZONA ESCOLAR BG002
ESCUELA PREPARATORIA OFICIAL NO. 1 ANEXA A LA ENSEM

NATALIA CARRASCO NO. 400, COL. FEDERAL, TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, C.P. 50120.
TELS. 722 277 75 13
CORREO ELECTRÓNICO enseme_prepa@yahoo.com.mx

"2016. Año del Centenario de la Instalación del Congreso Constituyente"

La Escuela Preparatoria Oficial No. 1 anexa a la ENSEM

Otorga el presente

RECONOCIMIENTO


a la

**M.E.U.R. Delia Esperanza
García Vences**

Por impartir la conferencia "Que Conocimientos se Debe tener para Empezar una Microempresa", dirigida a los alumnos de sexto semestre.



Toluca, México a 27 de abril de 2016.


Profra. Martha Gutiérrez Jaimes
Director Escolar

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR
SUBDIRECCIÓN DE BACHILLERATO GENERAL
ZONA ESCOLAR BG002
ESCUELA PREPARATORIA OFICIAL NO. 1 ANEXA A LA ENSEM

NATALIA CÁRRASCO NO. 400 . COL. FEDERAL, TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, C.P. 50120.
TEL.S. 722 277 75 13.
CORREO ELECTRÓNICO enseim_prepa@yahoo.com.mx

"2016. Año del Centenario de la Instalación del Congreso Constituyente"

La Escuela Preparatoria Oficial No. 1 anexa a la ENSEM

Otorga el presente

RECONOCIMIENTO

a la

**M.E.U.R. Delia Esperanza
García Vences**

Por impartir la conferencia "Aprendiendo a Emprender", dirigida a los alumnos
de sexto semestre.




Toluca, México a 8 de junio de 2016.
Profra. Martha Gutiérrez Jaimes
Directora Escolar

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR
SUBDIRECCIÓN DE BACHILLERATO GENERAL
ZONA ESCOLAR 80007
ESCUELA PREPARATORIA OFICIAL NO. 1 ANEXA A LA ENSEM

NATALIA GARRASCO NO. 400, COL. FEDERAL, TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, CP. 50120.
TEL. 722 2775 44
CORREO ELECTRÓNICO: cgarrasco@educacion.mexico.gob.mx

"2016. Año del Centenario de la Instalación del Congreso Constituyente"

La Escuela Preparatoria Oficial No. 1 anexa a la ENSEM

otorga el presente

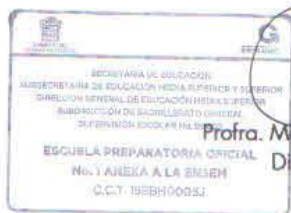
RECONOCIMIENTO

a la

M.E.U.R. DELIA ESPERANZA GARCIA VENCES

Por impartir la conferencia "Se Puede iniciar un Negocio Siendo Estudiante"
dirigida a los alumnos de tercer grado turno matutino de esta institución.

Toluca, México a 17 de octubre de 2016.



Profra. Martha Gutiérrez Jaimes
Directora Escolar

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR
SUBDIRECCIÓN DE BACHILLERATO GENERAL
ZONA ESCOLAR EG002
ESCUELA PREPARATORIA OFICIAL NO. 1 ANEXA A LA ENSEM



La Universidad Autónoma del Estado
de México
a través de la
Facultad de Economía



otorga la presente

C O N S T A N C I A

A la: M. en E. U. R. Delia Esperanza García Vences

Por su colaboración en la Décimo Cuarta
Exposición Emprendedora

Llevada a cabo el 26 de noviembre de 2015 en el Centro
Cultural Universitario "Casa de las Diligencias" de la
Universidad Autónoma del Estado de México

Toluca, México 26 de noviembre de 2015

Patria, Ciencia y Trabajo

"2015, Año del Bicentenario Luctuoso de José María Morelos y Pavón"

Dra. en E. Reyna Vergara González
Directora FACULTAD DE ECONOMÍA
DIRECCIÓN





La Universidad Autónoma del Estado de México, a través del Plantel "Dr. Ángel Ma. Garibay Kintana" de la Escuela Preparatoria, en coordinación con la Federación de Asociaciones Autónomas de Personal Académico de la UAEM



otorgan la presente

CONSTANCIA

a:

M. en E.U.R. Delia Esperanza García Vences

Por su participación como Ponente del trabajo *Problemas que enfrentan las mujeres al dirigir pequeñas y medianas empresas en México*, presentado en las Mesas de Debate, actividad celebrada en el marco del "Día Institucional de la Mujer Académica Universitaria FAAPAUAE 2015", efectuado el miércoles 11 de marzo del año en curso.

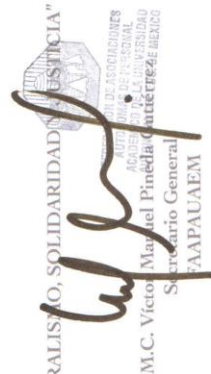
"PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO"


M. en C. y T.E. Ivet Vilchis Torres

Directora Plantel "Dr. Ángel Ma. Garibay Kintana" de la Escuela Preparatoria
PLANTEL DE LA
ESCUELA PREPARATORIA
UAEM
"DR. ÁNGEL MA. GARIBAY K."



"PLURALISMO, SOLIDARIDAD Y JUSTICIA"


M.C. Víctor Manuel Pineda Cuatrecasas
Secretario General
FAAPAUAE



Toluca, México, a 24 de septiembre de 2014.

La Facultad de Economía

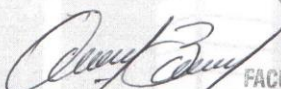
Otorga el presente

Nombramiento

a la *M. en E.U.R. Delia Esperanza García Vences*

Por este medio, se le comunica que ha sido nombrado **ASESOR** del trabajo de Tesis titulado: ***"Proyecto de inversión para la producción y comercialización de carne bovina en canal ecológica, en el municipio de Toluca, Estado de México"*** perteneciente a: **Madai Ávila Figueroa y Armando Flores Jiménez** de la Licenciatura en Actuaría y Economía.

ATENTAMENTE
PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO
"2014, 70 Aniversario de la Autonomía ICLA-UAEM"


L. EN E. OCTAVIO BERNAL RAMOS
SUBDIRECTOR ACADÉMICO



FACULTAD DE ECONOMÍA
SECCIÓN ACADÉMICA

c.c.p. Archivo
*MGRP



Cerro de Coatepec S/N, Ciudad Universitaria, Toluca México C.P 50110. Tel. 722. 2.14.94.11 • 2.13.13.75



Toluca, México, a 04 de marzo de 2015.

La Facultad de Economía

Otorga el presente

Nombramiento

a la *M. en E.U.R. Delia Esperanza García Vences*

Por este medio, se le comunica que ha sido nombrado **ASESOR** del trabajo de Tesis titulado: ***"Anteproyecto de exportación de café de Uruapan, México para el mercado de British Columbia, Canada como oportunidad de negocio 2014."*** perteneciente a: **Lesly Sara Valencia Rincon y Erika Gabriela Hurtado** de la Licenciatura en Relaciones Económicas Internacionales.

ATENTAMENTE

PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO

"2015, Año del Bicentenario Luctuoso de José María Morelos y Pavón"

M. EN E. OCTAVIO BERNAL RAMOS
SUBDIRECTOR ACADÉMICO



c.c.p. Archivo
*CFE



Cerro de Coatepec S/N, Ciudad Universitaria. Toluca México C.P 50110. Tel. 722. 2.14.94.11 • 2.13.13.75



La Universidad Autónoma del Estado de México
a través de la
Facultad de Economía



otorga la presente

CONSTANCIA

A la M.F.U.R. Defia E. García Vences

Por Organizar el :

**“Primer Foro de Emprendedores a Empresarios de la
Facultad de Economía ”**

llevado a cabo en las instalaciones de este Organismo Académico

Toluca, México a 21 de septiembre de 2016

Patria, Ciencia y Trabajo

**“2016, Año del 60 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de México”
“2016, Año de Leopoldo Flores Valdés”**



Dra. en E. Reyna Vergara González
Directora
FACULTAD DE ECONOMÍA

MEUR. Delia Esperanza García
Profesora e Investigadora de la Facultad de Economía
Universidad Autónoma de Estado De México

De mis consideraciones

Por medio de la presente, hago extensiva la cordial invitación a participar como par revisor, en virtud de su rica y extensa trayectoria como investigadora en temas de equidad género, del manuscrito "Acceso de la mujer a cargos gerenciales en instituciones bancarias de la provincia de El Oro" de autoría de Carolina Uzcátegui y coautoría de Javier Solano.

Anticipando su incomparable colaboración, expreso mi gratitud y sentimientos de gran estima y consideración.

Cordialmente,


UMET
UNIVERSIDAD
METROPOLITANA
Arturo Bofill, PhD
Universidad Metropolitana
Director de Investigación-Extensión Machala



GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO

"2015, AÑO DEL BICENTENARIO LUCTUOSO DE JOSE MARIA MORELOS Y PAVON"



EL JARDÍN DE NIÑOS "PASTOR VELÁZQUEZ HERNÁNDEZ"
OTORGA EL PRESENTE

RECONOCIMIENTO

M.E.U.R. DELIA ESPERANZA GARCÍA VENCES

CATEDRÁTICA DE LA FACULTAD DE ECONOMÍA DE LA U.A.E.M.

POR SU BRILLANTE CONFERENCIA "OPCIONES PARA INICIAR UN NEGOCIO APROVECHANDO LAS HABILIDADES DE LAS PROFESORAS DE NIVEL PREESCOLAR", IMPARTIDO A LAS MADRES DE FAMILIA, EN EL SALÓN DE USOS MÚLTIPLES DE ESTA INSTITUCIÓN EDUCATIVA.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN BÁSICA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN BÁSICA
SUBDEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN BÁSICA
PROPR. (A) JULIETA ÁLVAREZ AGUILAR
DIRECTORA ESCOLAR

JARDÍN DE NIÑOS
PASTOR VELÁZQUEZ HERNÁNDEZ
C.C.T. 156 JINOTERRA

ZINACANTEPEC, MÉXICO, A 05 DE JUNIO DE 2015
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN BÁSICA Y NORMAL
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN BÁSICA
SUBDIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN BÁSICA TOLUCA
JARDÍN DE NIÑOS "PASTOR VELÁZQUEZ HERNÁNDEZ"



INDEPENDENCIA NO. 106, SAN CRISTÓBAL, TECOLIT, ZINACANTEPEC, ESTADO DE MÉXICO, C.P. 51367, TELS/FAX (01722) 218 46 37
jbscupavision@hotmail.com



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Otorga el presente

Reconocimiento

a

Delia Esperanza García Vences

Por su participación como

Jurado

en el



Toluca, México, mayo de 2015

Patria, Ciencia y Trabajo

"2015, Año del Bicentenario Luctuoso de José María Morelos y Pavón"



RECTORÍA

Dr. en D. Jorge Olvera García
Rector

SEW
Secretaría de Extensión y Vinculación





GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO



"2014. Año de los Tratados de Teoloyucan"

La Supervisión Escolar No. 03 de Bachillerato Tecnológico

Otorga el presente

RECONOCIMIENTO

A la M. E. U. R. Delia Esperanza García Vences

Por su participación como Jurado en la "Demostración, de Proyectos de Microempresas y Unidades de Producción 2014" en la Etapa de Zona Escolar, realizado en el CBT No. 2 Ing. Rodolfo Neri Vela, Tenango del Valle.

Que la presente sirva como un estímulo para continuar con esa noble labor de compromiso en beneficio de la Juventud Mexiquense.



Tenango del Valle, Méx., 11 de abril de 2014.

C.C.T. 15FMSOI Supervisor Escolar



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Otorga el presente

Reconocimiento

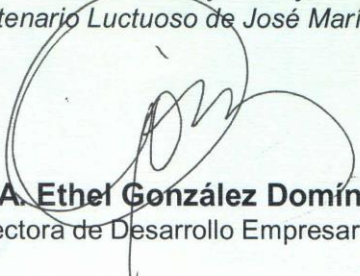
a

M. DELIA ESPERANZA GARCÍA VENCES

Como Jurado de la Categoría “Tecnología Básica o Intermedia” en el Concurso del Universitario Emprendedor Región Poniente.

Santiago Tianguistenco, México, febrero 2015

Patria, Ciencia y Trabajo
“2015, Año del Bicentenario Luctuoso de José María Morelos y Pavón”


M. en A. Ethel González Domínguez
Directora de Desarrollo Empresarial



SEP

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
Instituto Tecnológico de Toluca

Otorga el presente

Reconocimiento

a

Delia Esperanza García Vences

Por haber impartido la conferencia:
“Cómo iniciar un negocio”
durante el **Simposio de Ingenierías “Halcones 2014”: Soluciones Inteligentes**,
que se llevó a cabo del 20 al 24 de octubre del presente en esta institución.

Metepec, Edo. de México; octubre de 2014.

“Educación, integridad y ciencia”



SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO TECNOLÓGICO
DE TOLUCA
Mtro. PEDRO TORRES GÓMEZ
DIRECTOR



ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS, MAPAS, TABLAS Y GRÁFICAS

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO NO. 1	DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADORES Y EMPLEADORAS POR SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	43
CUADRO NO. 2	DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPLEADORAS Y EMPLEADORES POR TAMAÑO DE EMPRESA	45
CUADRO 3.	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES	46
CUADRO 4.	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU NÚMERO DE EMPLEADOS Y VENTAS NETAS ANUALES	47

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA NO. 1	CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	24
FIGURA NO. 2	HABILIDADES DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN LA MICROEMPRESA	27
FIGURA NO. 3	PRINCIPALES MOTIVOS QUE IMPULSAN A LAS MUJERES A EMPRENDER UNA EMPRESA	31
FIGURA NO. 4	CONSTRUCTOS DEL PERFIL DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN LA MICROEMPRESA	67
FIGURA NO. 5	ESQUEMA DE LAS ZONAS DEL MODELO DISCRIMINANTE DADA POR LA PUNTUACIÓN DE FUNCIÓN Z	168

ÍNDICE DE MAPAS

MAPA NO. 1	LOCALIZACIÓN DEL ESTADO DE MÉXICO	63
MAPA NO. 2	ESTADO DE MÉXICO	64
MAPA NO. 3	LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE TOLUCA	65

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA NO. 1	LAS DIFERENTES ESCUELAS DE PENSAMIENTO DE EMPRENDERISMO	17
TABLA NO. 2	ESCUELA COMPORTAMENTAL	18
TABLA NO. 3	PALABRA CLAVE “FEMALE ENTREPRENEUSHIP”	19
TABLA NO. 4	INVESTIGACIONES DE EMPRENDIMIENTO DE MUJERES	33
TABLA NO. 5	MICROEMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE MUJERES EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA.	71
TABLA NO. 6	DETERMINACIÓN DEL NÚMERO DE CUESTIONARIOS DERIVADOS DEL MUESTREO ALEATORIO ESTRATIFICADO DE MICROEMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE MUJERES EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA.	76
TABLA NO. 7	CÁLCULOS PARA DETERMINAR EL NÚMERO DE CUESTIONARIOS	78
TABLA NO. 8	CARACTERÍSTICAS DE LA METODOLOGÍA CUANTITATIVA	79
TABLA NO. 9	RESUMEN DEL PROCESO DEL CASO DE ANÁLISIS	163
TABLA NO.10	PRUEBA ESTADÍSTICA DE M DE BOX PARA VERIFICAR DIFERENCIAS DE COVARIANZAS ENTRE GRUPOS	164
TABLA NO.11	RESUMEN DE FUNCIONES DISCRIMINANTES CANÓNICAS	165
TABLA NO.12	PRUEBA DE LAMBDA DE WILKS DE DIFERENCIA DE MEDIAS ENTRE GRUPOS	166
TABLA NO.13	CENTROIDES DE LA FUNCIÓN DISCRIMINANTE (FUNCIÓN 1)	167
TABLA NO.14	ZONAS DE LA FUNCIÓN DISCRIMINANTE DE LA Z SCORE	167
TABLA NO.15	FACTORES QUE DETERMINAN A LAS MUJERES QUE EMPRENDEN MICROEMPRESAS EXITOSAS Y NO EXITOSAS DEL MUNICIPIO DE TOLUCA, SEGÚN EL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE.	169
TABLA NO.16	EVALUACIÓN DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN A LAS MUJERES MICROEMPRESARIAS EXITOSAS Y NO EXITOSAS DEL MUNICIPIO DE TOLUCA, SEGÚN EL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE.	170
TABLA NO.17	COEFICIENTES DE LA FUNCIÓN DEL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE	171
TABLA NO.18	TABLA DE CONFUSIÓN DEL MODELO DISCRIMINANTE QUE CLASIFICA A LAS MUJERES EMPRENDEDORAS DEL MUNICIPIO DE TOLUCA	173

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA NO. 1	ELEMENTOS PUBLICADOS CADA AÑO	20
GRÁFICA NO. 2	CITAS CADA AÑO	21
GRÁFICA NO. 3	POPBLACION TOTAL MEXICO, ESTADO DE MÉXICO Y MUNICIPIO DE TOLUCA	66
GRÁFICA NO. 4	EDAD	81
GRÁFICA NO. 5	NIVEL DE ESTUDIOS	83
GRÁFICA NO. 6	ESTADO CIVIL	85
GRÁFICA NO. 7	FAMILIARES QUE DEPENDEN ECONÓMICAMENTE DE USTED	86
GRÁFICA NO. 8	FAMILIARES QUE TRABAJAN CON USTED	87
GRÁFICA NO. 9	NÚMERO DE EMPLEADOS	88
GRÁFICA NO. 10	CON QUE CAPITAL INICIO SU MICROEMPRESA	89
GRÁFICA NO. 11	TIEMPO EN EL MERCADO	90
GRÁFICA NO. 12	¿CON ANTERIORIDAD TUVO ALGÚNA MICROEMPRESA?	91
GRÁFICA NO. 13	¿MICROEMPRESA SE RELACIONABA CON ACTIVIDADES FEMENINAS?	92
GRÁFICA NO. 14	¿QUEBRÓ ESA MICROEMPRESA?	93
GRÁFICA NO. 15	CONSIDERÓ ALGUNO DE ESTOS ASPECTOS AL INICIAR SU MICROEMPRESA	94
GRÁFICA NO. 16	RAZONES INFLUYERON PARA QUE DECIDIERA EMPRENDER SU ACTUAL MICROEMPRESA	98
GRÁFICA NO. 17	¿QUÉ TIPO DE PROBLEMAS SE PRESENTARON EN EL CRECIMIENTO DE SU MICROEMPRESA?	99
GRÁFICA NO. 18	PRINCIPALES PROBLEMAS QUE TIENE SU MICROEMPRESA DE RECURSOS HUMANOS	101
GRÁFICA NO. 19	TIPO DE PROBLEMA RELACIONADO CON VENTAS O MERCADOTECNIA	103
GRÁFICA NO. 20	TIPO DE PROBLEMAS LEGALES QUE TIENE DE SU MICROEMPRESA	105
GRÁFICA NO. 21	TIPO DE PROBLEMA DE FINANZAS QUE PRESENTA SU MICROEMPRESA	107

GRÁFICA NO. 22	TIPO DE PROBLEMAS FINANCIEROS PRESENTA SU MICROEMPRESA	108
GRÁFICA NO. 23	¿DE QUÉ FAMILIAR HA RECIBIDO MAYOR APOYO MORAL EN SU ACTIVIDAD EMPRENDEDORA?	110
GRÁFICA NO. 24	CARACTERÍSTICAS QUE LE PERMITIERON EMPRENDER	111
GRÁFICA NO. 25	MOTIVOS PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA (FACTORES DE NECESIDAD)	116
GRÁFICA NO.26	MOTIVOS PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA (FACTORES DE OPORTUNIDAD)	120
GRÁFICA NO. 27	HABILIDADES QUE TIENE PARA DIRIGIR SU MICROEMPRESA	123
GRÁFICA NO. 28	ASPECTOS QUE HAN SIDO EFECTIVOS AL EMPRENDER DE UNA MICROEMPRESA	128
GRÁFICA NO. 29	ASPECTOS QUE HAN SIDO EFECTIVOS AL EMPRENDER UNA MICROEMPRESA (CONTINUACIÓN)	130
GRÁFICA NO.30	RAZONES QUE INFUYERON EN LA QUIEBRA DE LA MICROEMPRESA	133
GRÁFICA NO.31	HA SOLICITADO ALGÚN APOYO FINANCIERO	137
GRÁFICA NO. 32	CONSIDERA QUE EL GOBIERNO DEBE APOYAR PARA EL ÉXITO DE SU MICROEMPRESA	139
GRÁFICA NO. 33	CONOCE DE ALGUNO DE ESTOS PROGRAMAS DE APOYO	140
GRÁFICA NO. 34	PUNTO DE VISTA EN TORNO A: APOYOS, FINANCIAMIENTO, CAPACITACIÓN, POR PARTE DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO	142
GRÁFICA NO. 35	CONSIDERA QUE FRACASAN MÁS LAS EMPRESAS DE MUJERES	143
GRÁFICA NO. 36	PROPIEDAD DE LA MICROEMPRESA	144
GRÁFICA NO. 37	SU EXPERIENCIA COMO ENCARGADA DE DIRIGIR ORGANIZAR Y ADMINISTRAR SU MICROEMPRESA	145
GRÁFICA NO. 38	FUNCIONES DE LA DISTRIBUCIÓN DE LAS PUNTUACIONES SOBRE EL EJE DISCRIMINANTE	156
GRÁFICA NO. 39	HISTOGRAMAS DEL MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE EN EL QUE SE MUESTRA COMO EL MODELO AD DIFERENCIA A LAS MICROEMPRESARIAS EXITOSAS Y NO EXITOSAS EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA	172

LISTA DE ABREVIATURAS

ADOPEM	ASOCIACIÓN DOMINICANA PARA EL DESARROLLO DE LA MUJER
CANACINTRA	CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN
CIDNE	CENTRO DE IMPULSO A LA INVERSIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS
CONCAMIN	CONFEDERACIÓN DE CAMARAS INDUSTRIALES DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
ENAPROCE	ENCUESTA NACIONAL SOBRE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
FOMMUR	FONDO DE MICROFINANCIAMIENTO A MUJERES RURALES
FUNTEC	FUNDACIÓN MEXICANA PARA LA INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA
GEM	GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
INEGI	INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMATICA
INMUJERES	INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES
MYPES	MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
NAFIN	NACIONAL FINANCIERA
OCDE	ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO
OIT	ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO
ONU	ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS
PEA	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA
PIB	PRODUCTO INTERNO BRUTO
RFC	REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
SAT	SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIO
SEDESOL	SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL
SPSS	STATICAL PRODUCT AND SERVICE SOLUTIONS